

Mercado, María Teresa, y Teso, María Gemma (coords.) (2024). *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático*. Tecnos

Sonia Parratt Fernández
Universidad Complutense de Madrid  

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.96154>

En la presentación del libro *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático* (2024) asegura Hugo Aznar que este tema es uno de los más trascendentes de la Colección sobre Ética de la Comunicación (Tecnos), que él coordina. Para el catedrático de Ética Pública y de la Comunicación, el periodismo ambiental es fundamental para afrontar la urgente tarea de difundir el problema climático, ponerlo en primera línea de la agenda mediática y, por tanto, situarlo como una prioridad en la esfera pública. La presidenta de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA), María García de la Fuente, explica en el prólogo que, desde que el cambio climático pasó a denominarse emergencia o crisis climática, hemos llegado a un punto de necesidad de acción inmediata. Y para ponerla en marcha es crucial recibir información que haga reflexionar sobre cómo influye el fenómeno climático en el día a día y cómo podemos reducir su impacto. De ahí la trascendencia de la ética en la comunicación ambiental.

Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático está coordinado por las profesoras Maite Mercado y Gemma Teso, de la Universitat de València y la Universidad Complutense de Madrid, respectivamente, veteranas conocedoras de la comunicación del cambio climático. Gracias a su labor, sale a la luz el primer libro dedicado a la comunicación ambiental desde la perspectiva ética en España. Podría decirse que incluso fuera de nuestras fronteras, donde solo encontramos alusiones tangenciales al binomio ética-comunicación ambiental en *The Handbook of Communication Ethics* (2011) o, más recientemente, *The Routledge Handbook of Applied Climate Change Ethics* (2023).

Otro punto fuerte del libro es el elenco de más de una veintena de coautores. Varios de ellos proceden del ámbito profesional, aunque la mayoría son académicos de 14 universidades españolas diferentes. El toque internacional lo aporta el director del Knight Center for Environmental Journalism, Bruno Takahashi, lo que sin duda enriquece y aporta solidez al ejemplar. Una mayor presencia de investigadores de universidades extranjeras habría contribuido aún

más a la cada vez más valorada internacionalización de la producción científica.

Al adentrarse en sus más de 400 páginas, el lector podrá comprobar que *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático* va más allá de lo que anuncia su título. Lo hace a través de 16 capítulos que podrían clasificarse en dos tipos. Por una parte, los que tratan cuestiones sobre ética y medio ambiente o cambio climático. Es decir, que están relacionados con el tema central de la obra. Por otra parte, los que abordan aspectos muy dispares dentro de la comunicación ambiental, pero sin una vinculación directa con la ética.

Dentro del primer grupo, Mercado y Monedero ponen el foco en la deontología profesional para informar sobre medio ambiente y cambio climático con un repaso de códigos y guías de buenas prácticas sobre el tratamiento informativo de la crisis ambiental. En una línea similar, Chuvieco apunta a la necesidad de revisar algunos principios éticos implicados en el cambio climático que, a su entender, podrían facilitar un cambio en la percepción pública del problema. Herranz dibuja una interesante panorámica de aspectos deontológicos en torno al compromiso ambiental en situaciones de crisis, que concibe como momentos de transformación y oportunidad en la lucha por la responsabilidad. Teso y Álvarez Rivas revelan que las políticas de sostenibilidad de grandes grupos mediáticos españoles son mejorables, mientras que Verón y Mainar aportan pautas para abordar la sostenibilidad desde el periodismo agroalimentario. Finalmente, Takahashi describe la cobertura mediática del cambio climático en Latinoamérica y aboga por promover más investigaciones sobre la tensión entre la objetividad y el activismo en esa región.

Dentro del segundo grupo de capítulos, Fernández Reyes apela a un periodismo en transición para dar cobertura al cambio climático, particularmente con respecto a la pérdida de biodiversidad, los ODS y los acuerdos de París y Montreal. También es acertada la concepción de Barranquero y Morales de la educación ambiental como la de un periodismo que “puede supervisar, denunciar y diagnosticar,

pero debería, sobre todo, perseguir el fomento de actitudes proactivas de cambio”.

Algunos textos resultan particularmente relevantes por su trascendencia y actualidad. Es el caso de la desinformación sobre cambio climático tras la mutación del negacionismo en inaccionismo y obs-truccionismo, de Fernández Muerza. O la necesidad, que apunta Montero, de hacer de la información ambiental un producto atractivo para la televisión generalista a la vez que riguroso. Tampoco podía faltar el espacio dedicado a las redes sociales, que Rodrigo-Cano aúna con tecnología y comunicación climática, mientras que Sánchez, Arcila y Tovar ofrecen claves para afrontar los discursos del odio y la desinformación en la comunicación del cambio climático en Twitter.

Por último, varios capítulos de este segundo grupo se centran en casos particulares, como la visión de la crisis meteorológica y climática desde la AEMET, de Núñez y del Campo, quienes subrayan la importancia de que los organismos oficiales cuenten con buenos equipos de comunicación. O el ejemplo de Greta Thunberg, del que parte Heras para

plantear propuestas para la cobertura informativa de la protesta ambiental y poner en valor el poder de los activistas para movilizar a la sociedad.

En definitiva, *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático* es una obra tan interesante como necesaria para investigadores que busquen un referente en un tema poco tratado académicamente. Pero también para quienes simplemente deseen ahondar en la materia y disfrutar de una lectura que, aun con la heterogeneidad previsible de un libro escrito por más de veinte coautores, en general puede resultar amena incluso a lectores menos familiarizados con el ámbito científico.

Referencias

- Brown, D. A., Gwiazdon, K. y Westra, L. (eds.). (2023). *The Routledge Handbook of Applied Climate Change Ethics*. Taylor & Francis Group.
- Cheney, G., May, S. y Munshi, D. (eds.). (2011). *The Handbook of Communication Ethics*. Routledge.
- Mercado, M. T. y Teso, M. G. (coords.) (2024). *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático*. Tecnos.

Sonia Parratt Fernández es licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco y Doctora Europea en Periodismo por la Universidade de Santiago de Compostela. Es Profesora Titular de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con tres sexenios de investigación. Sus principales líneas de investigación son la redacción periodística, la inteligencia artificial aplicada al periodismo, el periodismo ambiental, y las relaciones entre periodismo y literatura. Entre otros libros, ha editado *Educomunicar el cambio climático. Contribuciones desde los medios de comunicación*, publicado por Tirant Lo Blanch. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8501-3115>