

7. Por qué «dejar de hablar (solo) del clima»

En este trabajo hemos analizado el discurso periodístico en torno a dos grupos de conceptos, unos asociados a «cambio climático» («crisis climática», «emergencia climática») y otros a «transición ecológica» («transición energética», «transición verde»). Para ello hemos utilizado una muestra de textos de *El País* y *El Mundo* pertenecientes a 2007, 2019 y 2023, y obtenidos a partir de la base de datos FACTIVE. Se seleccionaron datos de *El País* y *El Mundo* porque, pese a que ambos medios tienen una trayectoria distinta en los últimos años, siguen siendo los dos más relevantes en las oleadas del Estudio General de Medios y, además, mantienen un paralelismo político opuesto que es interesante para el estudio. Dado que los tres años seleccionados corresponden a gobiernos del partido socialista (en coalición en 2019 y 2023), el paralelismo político de los dos periódicos no se ve afectado en el corpus, pero el progresivo posicionamiento de *El Mundo* en un paralelismo no ya ideológico, sino directamente partidista, puede explicar algunas de las diferencias que comentamos a continuación.

Nuestra hipótesis de partida era que la cobertura periodística enfatiza la atención específica a los fenómenos físicos, meteorológicos, ecológicos... que responden al cambio climático, en detrimento de una atención a la ciudadanía que sufre también sus consecuencias; esta cobra protagonismo especial, como víctima, en las situaciones de catástrofes, pero no lo tiene en la cobertura «cotidiana» del cambio climático; como consecuencia de ello, la transición ecológica se cubre básicamente como transición energética (de protagonismo empresarial), sin implicar a las personas.

<https://dx.doi.org/10.5209/ling.006.07>

Dejemos de hablar (solo) del clima. El discurso periodístico sobre el cambio climático y la transición ecológica. Beatriz Gallardo Paúls. © Ediciones Complutense, 2026.

Las conclusiones fundamentales del análisis se resumen en los siguientes puntos.

1. La primera conclusión tiene que ver con la diferente atención que ambos diarios prestan al tema; esta diferencia se manifiesta inicialmente en la cantidad de textos publicados (un 70,2% de la muestra pertenece a *El País* y un 29,8% a *El Mundo*), pero también en la ubicación de los textos en portada (7,5% en *El País* y 1,9% en *El Mundo*) y en la redacción de editoriales específicos sobre el tema en cuestión (5,7% de los textos de *El País* y 1,7% en *El Mundo*).
2. La segunda conclusión se refiere al enfoque priorizado por ambos medios para tratar el tema. Predominan encuadres que se incluyen en el periodismo especializado ambiental (periodismo científico), que da protagonismo al planeta, la avifauna, los bosques, los glaciares, etc. Esta especialización de los profesionales que abordan los temas explica que el punto de partida de los textos sea, precisamente, la ciencia (el discurso científico), y que cobre importancia la atención a los fenómenos que pueden tratarse como síntoma del cambio climático. La cobertura de estos hechos evidencia, especialmente en 2007, ciertas marcas de «hipermetropía ambiental» que a veces convierten el discurso periodístico sobre el cambio climático en un periodismo de sucesos, anecdótico, más espectacularizante que informativo. Este discurso cientifista/naturalista predomina en los tres años analizados, pero progresivamente se va completando con un encuadre de naturaleza política que enfatiza la atención a las políticas ambientales, ya sean las propuestas, las aprobaciones o, sobre todo, los incumplimientos.
3. La manifestación más obvia de este predominio se da en el análisis léxico. Es relevante que el campo semántico de la «transición ecológica | verde | energética» no está consolidado hasta el corpus de 2019 (los datos señalan que estos términos emergen en la prensa a partir de 2011 y 2012), lo que demuestra el anclaje del tema en la esfera de la ciencia y el planeta. Aunque también es importante tener en cuenta que al comparar los usos léxicos de 2007 con los de 2023 aparecen leves señales de un cierto cambio de enfoque; los términos de mayor frecuencia lé-

xica siguen siendo los mismos, pero aparecen con valores altos de frecuencia términos nuevos más próximos al impacto del cambio climático en la vida de las personas («calor», «combustible», «crisis», «transición», «incendio», «ley», «población», «salud», «sequía»), mientras abandonan estos puestos términos tan emblemáticos del enfoque cientifista como «CO₂», «IPCC», «atmósfera» o «efecto invernadero». El análisis del léxico nos lleva a hablar de un «*bucle discursivo*» que se confirmará en las diversas estrategias del encuadre.

4. Para el análisis de la actancialidad (la estrategia predicativa) nos centramos en los titulares de los 1.418 textos del corpus. Aunque se explica parcialmente por la naturaleza discursiva de los titulares, observamos el protagonismo de las realidades abstractas, así como de los síntomas naturales o (en mucha menor medida) energéticos del cambio climático y la transición ecológica. Sin embargo, entre los posibles sujetos animados (científicos, activistas, ciudadanía, políticos) el predominio de los representantes políticos es absoluto en los dos medios y en los tres años. Este análisis completa la hipótesis de partida (el protagonismo del planeta y la naturaleza) añadiendo el protagonismo de los políticos entre los sujetos con el sema /+animado/. Una diferencia notable entre ambos periódicos tiene que ver con el protagonismo de los jóvenes en los movimientos sociales de 2019, que en *El País* tienen notable presencia pero en *El Mundo* apenas se reflejan si no es para mencionar despectivamente la figura de Greta Thunberg. En ambos medios, la cobertura tiende a centrarse en fenómenos naturales o medidas políticas, sin dar suficiente visibilidad a la ciudadanía como agente protagonista del cambio climático, ni a los grupos del activismo medioambiental, una ausencia que sorprende especialmente.
5. La estrategia intencional del encuadre, que corresponde a la ilocutividad predominante en los textos, es coherente con el tipo de datos del corpus. La propia naturaleza de la prensa y el énfasis en los enfoques científico y regulatorio justifican que en los datos predomine la ilocutividad representativa, referencial. El análisis del sentimiento realizado con *software* especializado no ofrece resultados reseñables por lo que se refiere a la intencionalidad expresiva, aunque sí destacan algunos textos con

encuadres negativos, a veces cercanos al colapsismo. Por otro lado, hemos destacado el hecho de que ambos diarios publican textos metadiscursivos sobre su responsabilidad en la cobertura de este tema, lo que nos permite desarrollar la idea de que esa responsabilidad va más allá de la perlocutividad cognitiva (concienciar a los lectores) y aspira a influir también en la conducta ciudadana (conseguir cambio de hábitos), sobre todo en un ecosistema de política mediatizada.

6. Por lo que se refiere a la dimensión textual del encuadre, en los textos se pueden identificar grandes *topoi* que combinan esquemas narrativos y argumentativos (encuadre estructural). Los encuadres más presentes en el corpus apuntan a 1) la gravedad del cambio climático para el planeta y el medio natural, y su impacto catastrófico en fenómenos de clima extremo; 2) la resistencia política a ser coherente con el consenso científico; 3) la responsabilidad culpable de la ciudadanía que, con sus acciones, contribuye al cambio climático; 4) la irresponsabilidad, a veces exhibicionista, de las élites políticas, económicas y empresariales; 5) la importancia de innovación tecnológica y empresarial; 6) la necesidad de medidas políticas; y 7) la relativización de la importancia de las medidas de mitigación y adaptación, debido a su coste excesivo (un marco, este último, que se da básicamente en *El Mundo*). Ambos diarios muestran diferencias en el enfoque economicista del problema, al que *El Mundo* da más relevancia que *El País*. Sin embargo, aunque el estudio de la distribución de los textos en secciones no pudo realizarse exhaustivamente, sí es evidente que *El País* privilegia la sección «Sociedad», mientras en *El Mundo* hay mayor proporción de textos en la sección de «Ciencia/Ciencia y Salud».
7. La distribución de los géneros periodísticos evidencia que *El Mundo* recurre más a las entrevistas (lo que permite que el discurso sobre el cambio climático y la transición ecológica se traslade por boca ajena), mientras *El País* asume con más naturalidad un discurso propio que se manifiesta en la alta proporción de editoriales, así como la ubicación del tema en las portadas del diario.
8. La dimensión interactiva del encuadre discursivo se manifiesta, en primer lugar, en la estrategia dialógica, es decir, en las voces

del texto, su intertextualidad. Este concepto no coincide exactamente con el de fuente periodística, sino que lo supera, pues incluye cualquier voz ajena a la del emisor que sea recogida en un texto. Mientras el análisis de la actancialidad daba protagonismo indiscutible a los políticos en todo el corpus, el análisis de la intertextualidad (realizado manualmente mediante un proceso de reducción del corpus de «año construido», y solo para los dos años más distantes) indica que en las dos anualidades *El Mundo* da protagonismo a la voz científica sobre la voz política, mientras *El País* mantiene la importancia de las voces políticas y, también en los dos años, les da más visibilidad que a la de los científicos. En ambos diarios llama la atención la escasez de voces ecologistas/activistas, y se confirma claramente la hipótesis de que apenas se da voz a la ciudadanía en el debate público sobre los temas en cuestión.

9. La estrategia de alineamiento se encarga de analizar el modo en que los textos periodísticos se suman a la conversación pública como voz autorizada; ya no se centra en las voces del texto, sino en el texto como voz activa que participa en un intercambio público. En este sentido, ambos diarios toman parte en la construcción de un discurso que hemos llamado *contranegacionista*, que sin embargo en *El Mundo* asume un abierto carácter de concesión ciceroniana, porque el paralelismo político ya mencionado lo lleva a intentar equilibrios entre el consenso científico y las posiciones defendidas por políticos de derecha y (en 2019 y 2023) derecha radical.
10. Por último, la estrategia de afiliación del encuadre dialógico nos lleva al tema importantísimo de la politización del cambio climático. Hemos señalado la necesidad de no confundir el hecho de que es un tema indudablemente político con el hecho de que se instrumentalice esa naturaleza política. Asumiendo la distinción de seis tipos de destinatario prototípico en el discurso sobre el cambio climático y la transición ecológica, hemos propuesto que *El País* construye un lector modelo que coincide sobre todo con los receptores motivados (alarmados e interesados), mientras *El Mundo* diseña un lector más próximo al perfil negacionista (escépticos y despreciativos) pero sin descuidar tampoco al lector motivado, al que ambos periódicos ofrecen

información y opinión clara sobre el consenso científico, en la que destacan los reportajes largos y de calidad propios del periodismo especializado.

En definitiva, el análisis discursivo de la cobertura del cambio climático y la transición ecológica evidencia el predominio del encuadre cientifista, el protagonismo léxico y actancial de los fenómenos naturales, y la importancia de los políticos como actores relevantes para afrontar el problema; ni la ciudadanía general ni el colectivo ecologista/activista, obtienen protagonismo destacado, ni en el encuadre léxico (designación), ni en el predicativo (actancialidad) ni el dialógico (intertextualidad).

Este tipo de cobertura esquiva, creemos, tres grandes desafíos de la comunicación sobre el cambio climático y la transición ecológica. El principal es convencer a la ciudadanía de que las acciones individuales tienen sentido, a pesar de la falta de decisión y la incoherencia de las decisiones políticas, ya sean institucionales o gubernamentales. Este paso es importante porque la bibliografía insiste en que, incluso cuando el mensaje científico consigue modificar la percepción del cambio climático —se logra la perlocutividad cognitiva, referencial—, esto no se acompaña del subsiguiente apoyo a las políticas públicas. Por ello es necesario considerar las «pantallas» que filtran el discurso científico y contextualizar toda la comunicación (también la mediática) teniendo en cuenta las variables, bien identificadas por los estudios etnográficos y de psicología social, que llevan a los receptores a engarzar la verdad de la ciencia con su cosmovisión general y su saber cultural; en suma, con lo que la semiótica de Umberto Eco o la lingüística cultural de Gary Palmer llamarían el «conocimiento enciclopédico». El concepto bien conocido de segmentación de audiencias resulta indispensable para la comunicación general sobre el cambio climático y la transición ecológica.

El segundo gran desafío consiste en convertir esa convicción ciudadana en convicción política y, por lo tanto, vinculada al voto, algo que hemos comprobado que *El País* realiza con mucha más contundencia que *El Mundo*, más centrado en cuestiones económicas o estrictamente científicas que políticas. En la medida en que las decisiones políticas dependen más de la opinión pública que del demostrado consenso científico, esto es igualmente decisivo.

El tercer gran desafío es que el discurso informativo sobre el cambio climático opaque y desplace al discurso desinformativo. Para ello es imprescindible superar el estadio de los desmentidos y las verificaciones, para actuar con una comunicación afirmativa y proactiva, no dependiente de los discursos

ajenos; como hemos visto, ambos diarios construyen un discurso contranegacionista que no se recrea en amplificar la voz desinformativa, aunque en esto *El Mundo*, de nuevo, muestra menos decisión que *El País*.

Por último, y por lo que se refiere a una lectura de estos resultados en clave estrictamente discursiva, podemos aducir dos grandes interpretaciones. La primera permite entender este discurso periodístico como una enorme transgresión de la máxima griceana de pertinencia. Los medios de comunicación hablan de las ballenas, del permafrost ártico o de los arrecifes de coral porque de este modo eluden hablar del elefante blanco en la habitación, que no es otro que la falta de acción política coherente con la preocupante amenaza que la ciencia viene describiendo desde hace, como mínimo, cuatro décadas. Lo que menos se nombra es, precisamente, el tema fundamental: la relación del cambio climático con la desidia de los líderes, gobiernos e instituciones que tienen la responsabilidad de fijar (y luego aplicar) un marco normativo mediante el cual se acote el poder de actuación de las grandes empresas contaminantes, y que traslade a la ciudadanía la importancia proporcional de la acción individual. En este sentido, el encuadre cientifista/naturalista actuaría, pues, como un tipo de discurso indirecto que compensa el abordaje frustrante de otros aspectos.

El segundo aspecto interpretativo tiene naturaleza netamente retórica; deriva de la cobertura de esa misma inacción política, y de lo que ya en 2009 Díaz-Nosty calificaba como «su insostenibilidad en el tiempo». Porque resulta inevitable relacionar todas estas reiteraciones, creadoras de un verdadero *bucle informativo*, con el modo en que la retórica clásica describe la ironía —ese recurso que permite que un texto signifique lo contrario de lo que dice—, como una figura de pensamiento por repetición. Creemos que la repetición a lo largo de los años del mismo mensaje funciona, perversamente, como un desmentido de lo que se dijo antes o, al menos, como una banalización. Si en 2023 encontramos textos que enfatizan el origen humano de las alteraciones climáticas, cabe preguntarse qué valor real tenían los textos que, ya en 2007, aseguraban lo mismo. E indudablemente, esto se traduce en una disminución de la posible fuerza persuasiva de la cobertura del cambio climático.

De ahí que como resumen de nuestras conclusiones planteemos la oportunidad de «dejar de hablar del clima»; al menos («solo»), de manera aislada. Con ello apuntamos a la pérdida de valor directivo (ilocutivo) y conductual (perlocutivo) que se produce en el discurso repetido, un discurso que, en el caso del cambio climático, la ciencia y la prensa llevan reiterando desde los años 70. Esta repetición supone un vaciamiento textual que evoca, inevitable-

mente, uno de los tópicos discursivos más asentados en nuestra cultura según el cual, cuando no sabemos de qué hablar, las personas hablamos del tiempo que hace, simplemente para mantener abierto el canal de comunicación; por mera función fática. Nuestro análisis del modo en que la prensa da cuenta del cambio climático y la transición ecológica nos ha recordado en cierto modo este tipo de comunicación estereotipada, estática, reiterativa... en la que el significado transmitido no es muy importante. Y este paralelismo nos lleva a pensar que cuando un lector ve un titular sobre el tema del cambio climático, su expectativa de noticiabilidad no puede ser muy alta. De ahí el juego de palabras de «dejar de hablar del clima».

La bibliografía señala que el bucle informativo en que la inacción política ha situado el discurso sobre el cambio climático solo puede superarse si las clases políticas perciben cambios en la opinión pública, que, a su vez, sigue condicionada por la prensa. Es evidente que el periodismo científico sigue siendo imprescindible para trasladar a la sociedad los avances de la investigación rigurosa, especialmente ante el auge de la irracionalidad en las sociedades del siglo XXI, y ambos diarios ofrecen valiosísimas muestras de ello; pero creemos que esa cobertura necesita integrar una dimensión de proximidad, cercanía e inmediatez, casi de cotidianeidad, que dé protagonismo a las y los ciudadanos, y que facilite el paso de un discurso netamente informativo, referencial, a un discurso capaz de incluir otras dimensiones.

En definitiva, cerramos este trabajo volviendo —otro bucle— a la cita de apertura, en la que David Wallace Wells reivindicaba «nuevas humanidades» para el tratamiento del cambio climático. Y creemos que el modo en que el discurso mediático puede contribuir a esta humanización supone desplazar el foco desde el planeta y el clima hacia la ciudadanía y su vida cotidiana, una vida de orientación —de transición— ecológica.