

Guía de buenas
prácticas para
medios de
información y
redes sociales

Educación & comunicación ambiental



Autores

**Alcañiz Roy, Gema; Cebrián Renovell, Javier; Doncel-Moriano Martí, Laura;
Peña Fernández, Jessica; Ruano Fernández, Dámaris (IMEDES)
Rodrigo-Cano, Daniel**

Imágenes

La autoría de las infografías corresponde a IMEDES

La autoría de las fotografías de la página 8 corresponde a Fototeca CENEAM y Macià Alonso

Coordinación y edición

Centro Nacional de Educación Ambiental

Organismo Autónomo Parques Nacionales

Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico

Diseño gráfico

Bono Ara, María José; Ochoaerrarte Navarro, Marcela; Tomás Martínez, Alberto (IMEDES)

Noviembre 2023

ISBN

978-84-8014-976-1

NIPO

678-23-001-5

índice

	Introducción	01
	Metodología	02
Recomendaciones para comunicar en materia de medio ambiente y educación ambiental para la sostenibilidad		05
Criterios a seguir en los diferentes tipos de publicaciones		09
	Infografías de resumen	11
	Ejemplos de buenas prácticas	13
	Documentos de referencia	17
Anexo 1. Preguntas realizadas en las entrevistas		18
	Anexo 2. Cuestionario online	21

Introducción

La educación y la comunicación ambiental desempeñan un papel fundamental en la promoción de la conciencia y la acción en favor del medio ambiente. En la era de la información y las redes sociales, los medios de comunicación y las plataformas virtuales se han convertido en herramientas poderosas para difundir mensajes y fomentar la participación ciudadana. Esta guía de buenas prácticas proporciona orientación para los medios de información y las redes sociales sobre cómo abordar la educación y la comunicación ambiental de manera efectiva, precisa y comprometida.

Esta guía da respuesta a la acción 6.1.3. del PAEAS, dentro del objetivo específico 6.1. «Desarrollar alianzas estratégicas con medios de comunicación y agentes relevantes en el campo de la información y comunicación de públicos amplios».

El Plan de Acción de Educación Ambiental para la sostenibilidad (en adelante, PAEAS), elaborado de forma participativa y aprobado en 2021 marca las líneas que la educación ambiental debe seguir en el periodo 2021 – 2025. Este plan cuenta con 6 grandes ejes de actuación que se desarrollan en 61 acciones en materia de educación ambiental a llevar a cabo por parte de la Administración General del Estado, así como orientaciones de trabajo y propuestas de acción para otros sectores y agentes implicados.

La ejecución y desarrollo del PAEAS se realiza a través de programas de trabajo anuales que establecen las prioridades para cada ejercicio. El programa de trabajo para 2023, aprobado en marzo, incluye 55 acciones que se han ejecutado a lo largo de este año.

Cabe resaltar que la presente guía engloba la educación y comunicación ambiental en general, sin estar centrada en ninguna problemática ni temática concreta. Se ha pretendido ofrecer recomendaciones genéricas que deberán necesariamente ajustarse y adaptarse a los conceptos a transmitir en cada caso.

En el presente documento se incluyen únicamente las principales conclusiones de un amplio proceso participativo que se explica más adelante.

Simultáneamente, se realizaron **18 entrevistas** a personas vinculadas con la divulgación ambiental. Se realizaron dos tipos de entrevistas, una enfocada a periodistas ambientales y otra enfocada a personas dedicadas a la divulgación. En el anexo 1 se adjuntan las preguntas realizadas a cada uno de los perfiles.

Posteriormente se diseñó un **cuestionario online**, destinado a personas expertas, que contó con la participación de **46 personas**. Este cuestionario solicitaba, entre otros aspectos, valoraciones sobre un listado de recomendacio-

nes elaborado a partir de las extraídas en el informe previo y las aportadas por las personas entrevistadas. En el anexo 2 se adjuntan las preguntas incluidas en el cuestionario.

Como culminación del proceso participativo, se llevó a cabo una **jornada online** a la que se conectaron **41 personas** y en la que se presentaron 4 experiencias de comunicación ambiental. Durante esta jornada también se realizó un trabajo colaborativo para reformular aquellas recomendaciones que no habían alcanzado consenso a través del cuestionario.

17 de octubre de 2023.

Jornada de participación (online)

16:00 – Bienvenida y presentación del proyecto. CENEAM.

16:10 – Presentación de los principales resultados de las entrevistas y encuestas. Imedes.

16:20 – Presentación de experiencias de comunicación ambiental:

Redes sociales y comunicación científica. José Ángel Núñez Mora (AEMET Comunitat Valenciana)

Periodismo Ambiental. María García de la Fuente (Presidenta de APIA)

Medios especializados y comunicación visual. Atxe (Climática)

Divulgación ambiental. Andreu Escrivà

16:50 – Preguntas sobre las experiencias presentadas.

17:10 – Participación en grupos de trabajo.

17:50 – Conclusión y despedida.

Educación & comunicación ambiental

Guía de buenas prácticas para medios de información y redes sociales



PASOS PARA LA
ELABORACIÓN DE LA GUÍA

Educación y Comunicación Ambiental

PARA MEDIOS DE
INFORMACIÓN Y
REDES SOCIALES

1º

INFORME PREVIO

Estudio de documentos previos

2º

18 ENTREVISTAS

Entrevistas a periodistas y divulgadores/as

3º

46 CUESTIONARIOS ONLINE

Enviados a profesionales y personas expertas

4º

JORNADA PARTICIPACIÓN

Con 41 personas participantes en fases anteriores

5º

REDACCIÓN TÉCNICA

Elaboración final

Recomendaciones para comunicar en materia de medio ambiente & educación ambiental para la sostenibilidad

Teniendo en cuenta que el catastrofismo no favorece actitudes de cuidado del medio ambiente y que el negacionismo y retardismo debe combatirse con información veraz y contrastada, los medios de información y las redes sociales tienen la capacidad y la responsabilidad de informar y comunicar en materia de medio ambiente y educación ambiental de manera precisa y comprometida, inspirando a la acción y provocando cambios positivos en el comportamiento de la sociedad.

Para facilitar esta labor, se ha realizado una recopilación de recomendaciones en relación con el contenido de la información y con las imágenes a utilizar. Para elaborar dicho listado, en primer lugar, se hizo un estudio de las recomendaciones presentes en la documentación previa. A partir de este estudio, se elaboró un listado agrupando las indicaciones y unificando las redacciones. El resultado, se contrastó con

las contestaciones obtenidas en las entrevistas y el listado de recomendaciones resultante se sometió a la valoración de personas expertas a través del cuestionario online comentado anteriormente.

El listado que se presenta a continuación incluye aquellas recomendaciones que tuvieron una aceptación mayoritaria.

Recomendaciones sobre el contenido



01

Divulgar los conceptos y términos técnicos precisos para la comprensión del fenómeno a comunicar.

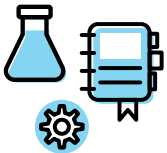
Al presentar información sobre fenómenos ambientales, es crucial utilizar un lenguaje técnico preciso pero comprensible. Esto implica explicar términos científicos de manera accesible para que el público general pueda comprender la complejidad del problema.



02

Comunicar el concepto de riesgo e incertidumbre sin exagerar ni minimizar la magnitud del problema.

La comunicación del riesgo ambiental requiere equilibrio. Es importante transmitir la gravedad del problema sin caer en el sensacionalismo o minimizar su gravedad. Esto implica proporcionar datos y evidencias de manera transparente y precisa.



03

Interactuar con la comunidad científica siendo ésta la principal fuente de información.

La colaboración con personas expertas y dedicadas a la ciencia es fundamental. Esto asegura la veracidad de la información presentada y permite acceder a investigaciones actualizadas y validadas que respalden los mensajes transmitidos.



04

Acercar la información temporalmente cuanto sea posible.

Mostrar cómo afectan actualmente los problemas ambientales aumenta la relevancia y la urgencia de actuar.



05

Conectar la comunicación ambiental con realidades cercanas.

Relacionar la información ambiental con situaciones y lugares específicos y cercanos ayuda a que la audiencia se identifique con los impactos. Al relacionar esta información con la vida diaria de las personas, se establece un vínculo emocional y se hace más tangible la necesidad de cambios para resolver los problemas.



06

Enmarcar la problemática ambiental en los estilos de vida.

Relacionar los problemas ambientales con las decisiones cotidianas de las personas les muestra cómo sus acciones individuales contribuyen a la situación general, generando conciencia y motivando cambios de comportamiento.



07

Conectar fenómenos globales con locales.

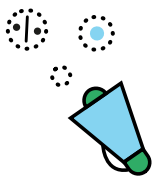
Al destacar cómo los problemas globales impactan en comunidades locales específicas, se fomenta la comprensión de la interconexión entre eventos a gran escala y su influencia directa en la vida cotidiana.



08

Incluir, en la medida de lo posible, fuentes directas.

Las fuentes directas, como testimonios de personas expertas, investigadoras o personas afectadas, brindan credibilidad y autenticidad a la información, generando un mayor impacto y confianza en el mensaje transmitido.



09

Difundir iniciativas y experiencias novedosas, profundizando en los logros que se han obtenido.

Compartir historias de éxito, avances tecnológicos o proyectos que hayan tenido un impacto positivo en el medio ambiente inspira y motiva a la audiencia, mostrando que el cambio es posible y alentando la réplica de estas acciones.



10

Cambiar el enfoque alarmista por un enfoque positivo y motivador, sin ocultar la gravedad de la problemática a tratar.

Resaltar las soluciones, los avances y los esfuerzos colectivos exitosos motiva a las personas a ser parte de la solución, generando un sentimiento de empoderamiento y acción positiva.

Recomendaciones sobre la utilización de imágenes

Además de estas recomendaciones sobre los contenidos, también se incluyeron en el debate algunas relacionadas específicamente con la utilización de imágenes.

Las consensuadas finalmente son las siguientes:

01 Utilizar imágenes que muestren personas actuando. Estas imágenes añaden dinamismo y autenticidad al contenido, capturan momentos reales, transmiten emociones y permiten a las personas que las ven identificarse con las situaciones representadas, lo que fortalece la conexión y comprensión del mensaje. Al mismo tiempo, la utilización de este tipo de imágenes provoca una llamada a la acción y fomenta la participación en las acciones que mejoran la situación del medio ambiente.

02 Priorizar imágenes propias o creativas frente a imágenes de archivo. Esto asegura una singularidad visual y una identidad única de la comunicación. Las imágenes originales destacan la autenticidad y pueden ser más relevantes y específicas para la audiencia, brindando una experiencia visual fresca y distintiva.

03 Usar imágenes de entornos identificables para las personas destinatarias. De esta forma se facilita la comprensión y la empatía. Estas imágenes pueden incluir lugares reconocibles por la audiencia, lo que ayuda a contextualizar el mensaje y a establecer conexiones más sólidas al evocar familiaridad y cercanía.



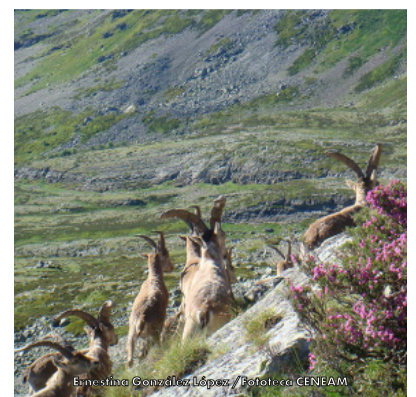
P. Hernández-Saiz / Fototeca CENEAM



Autor: Maciá Alonso



Javier García Fernández / Fototeca CENEAM



Emestina González López / Fototeca CENEAM

Criterios a seguir en los diferentes tipos de publicaciones

La comunicación efectiva sobre aspectos relacionados con el medio ambiente es crucial en la sociedad contemporánea. Los diversos tipos de publicaciones, desde notas de prensa a publicaciones en redes sociales, desempeñan roles fundamentales en la difusión de información ambiental. Establecer criterios para comunicar estos aspectos de manera precisa y comprensible, en cada una de esas publicaciones, es fundamental para alcanzar audiencias amplias y fomentar la conciencia ambiental.

Se ha considerado relevante incluir pautas generales a tener en cuenta cuando se trata de informar y comunicar aspectos ambientales.

De la revisión de las guías existentes y las respuestas obtenidas en las entrevistas se han extraído criterios generales para la comunicación a través de diferentes tipologías de publicaciones.

Crterios para comunicar aspectos ambientales en diferentes tipos de publicaciones.

Publicaciones en medios audiovisuales:

La visualización es clave para este medio.

Imágenes impactantes:	Utilizar imágenes y videos impactantes que destaquen la belleza y la fragilidad del medio ambiente.
Narrativa comprensible:	Desarrollar una narrativa clara y emocional que conecte con la audiencia y genere empatía.
Llamadas a la acción:	Incluir llamadas a la acción concretas para involucrar a la audiencia en la solución de los problemas ambientales.

Publicaciones escritas:

La escritura persuasiva es esencial.

Enganche inmediato:	Iniciar con información impactante para captar la atención desde el principio.
Historias personales:	Incluir historias personales que resalten la conexión entre las acciones individuales y sus impactos en el medio ambiente.
Soluciones positivas:	Proporcionar soluciones y enfoques positivos para inspirar cambios de comportamiento.

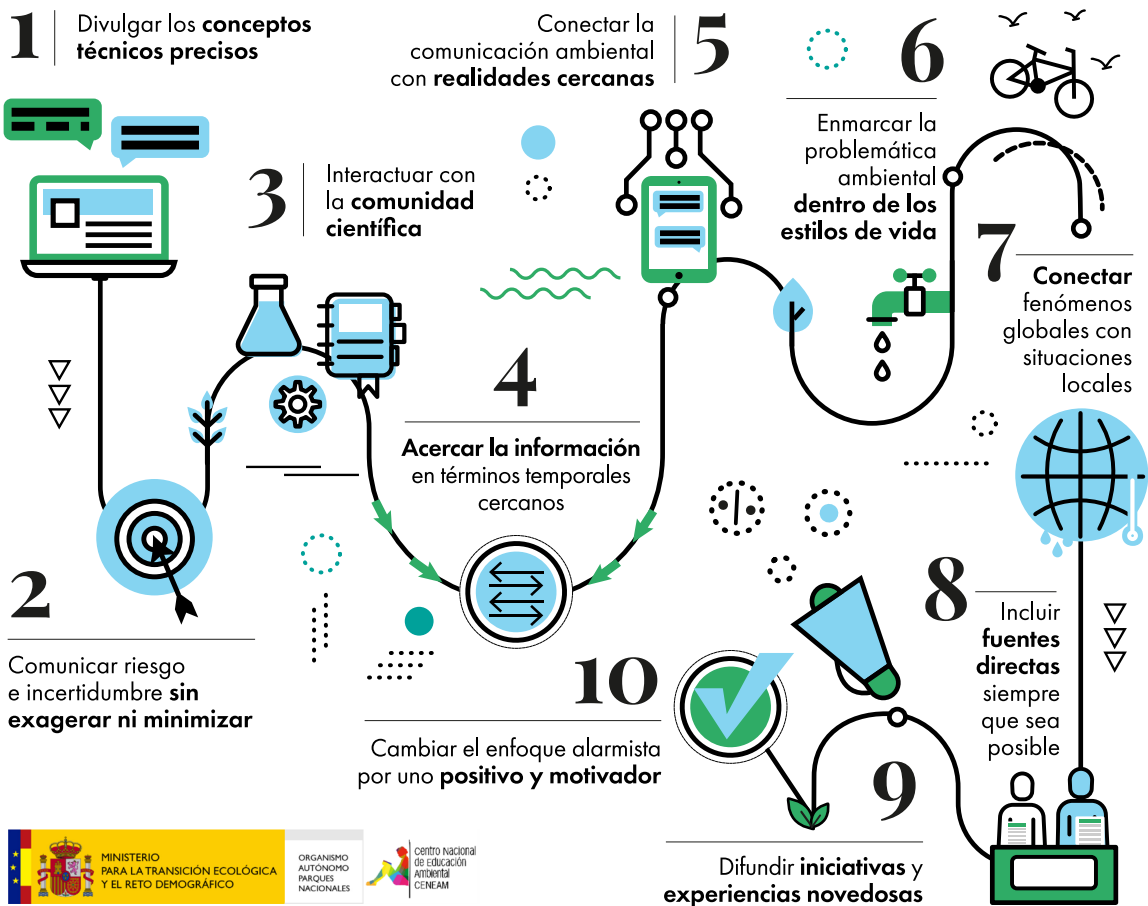
Publicaciones en redes sociales:

La brevedad y la participación son cruciales.

Etiquetas relevantes:	Utilizar <i>hashtags</i> populares y relevantes para aumentar la visibilidad.
Infografías y gráficos:	Emplear elementos visuales para transmitir información de manera rápida y efectiva.
Interacción activa:	Fomentar la participación del público a través de encuestas, preguntas y respuestas para crear un diálogo activo.

Infografías de resumen

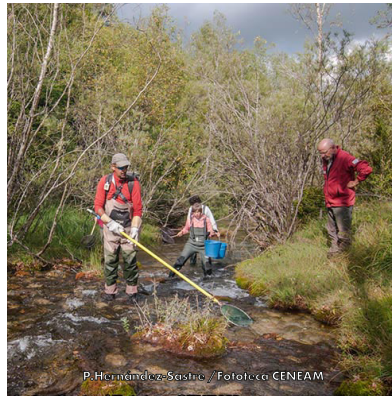
Decálogo de comunicación ambiental para medios de información & redes sociales



Recomendaciones para la utilización de imágenes en comunicación ambiental

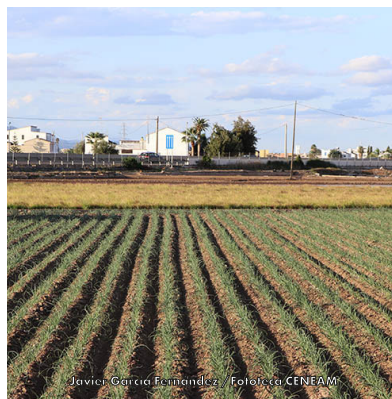
1

Utilizar imágenes que muestren **personas actuando**



2

Priorizar **imágenes propias o creativas** frente a imágenes de archivo



3

Usar imágenes de **entornos identificables** para las personas destinatarias

Ejemplos de buenas prácticas

En las entrevistas realizadas, se solicitó a las personas participantes que nombraran iniciativas que, en su opinión, podían considerarse casos de éxito en cuanto a comunicación ambiental. Se presenta a continuación una selección de las buenas prácticas mencionadas.

Aclimatarnos



El proyecto ACLIMATARNOS une la investigación científica con la educación ambiental para comunicar la necesidad de adaptarnos al aumento de las temperaturas. Dentro de este proyecto se elaboró la guía didáctica sobre adaptación al calor Aclimatarnos: el cambio climático, un problema de salud pública, que surge con el objetivo de difundir los resultados del estudio "Evolución de las temperaturas de definición de ola de calor en España como indicador del proceso de adaptación al calor en diferentes escenarios de cambio climático" realizado por la Unidad de Referencia en Cambio Climático, Salud y Medio Ambiente de la Escuela Nacional de Sanidad del ISCIII, con el apoyo de la Fundación Biodiversidad.

Este material incluye conceptos teóricos básicos sobre aspectos relacionados con el cambio climático y las afecciones a la salud que provocan las olas de calor. También se tratan aspectos sociales como los diferentes factores de vulnerabilidad frente a estas olas de calor y como tema fundamental se explica cómo se pueden minimizar sus impactos a través de la adaptación. La guía también incluye una propuesta de actividades para que el profesorado pueda trabajar estos temas con su alumnado para asentar estos conocimientos.

AEMET (Delegación Territorial en la Comunitat Valenciana)




El objetivo de la presencia de la Delegación Territorial de la Agencia Estatal de Meteorología en la Comunitat Valenciana a través de su cuenta en la red X (@AEMET_CValencia), es disponer de un canal para informar a la ciudadanía durante el desarrollo de situaciones de fenómenos meteorológicos extremos, de asuntos relacionados con la crisis climática o bien de asuntos rutinarios del día a día relacionados con el tiempo y el clima.

La actividad de comunicación y divulgación de la Agencia Estatal de Meteorología en la Comunitat Valenciana, en cuyos Estatutos se incluye de forma explícita esa vocación y se dice que las políticas de AEMET deben de contribuir a “la seguridad de personas y bienes”, es un claro ejemplo de servicio público por parte de un organismo de la administración.

Climática

Climática

Climática es un medio editado por la cooperativa Más Público que nació en 2019 con el desafío de ser el primer medio español especializado en cambio climático. Actualmente también focaliza su labor en la otra gran crisis medioambiental de nuestro tiempo: la pérdida de biodiversidad.

El objetivo del medio es acercar la información y la formación, la ciencia y la evidencia más reciente a la ciudadanía para intentar que estas resulten accesibles y más atractivas que las que generan las corrientes negacionistas y retardistas. Además de editar la revista online y un magazine anual (versión pdf y papel), desde 2020 organizan La Uni Climática (<https://launiclimatica.lamarea.com>) talleres, encuentros y eventos culturales. 

DesAUTOxícate

Hacia modos de movilidad más sostenibles



Fue un programa demostrativo, experimental y piloto para informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre el impacto que provoca el transporte y favorecer el cambio de hábitos desde el uso exclusivo del vehículo privado hacia el uso de modos de transporte más sostenibles.

Desarrollado en la ciudad de Madrid, en 2015, tuvo mucha repercusión a pesar de ser un programa relativamente pequeño. Se buscaban voluntarios/as que estuvieran dispuestos a dejar el coche un mes y contar su experiencia. A estas personas se les facilitaba la utilización de medios de transporte alternativos al vehículo privado y se les hacía un seguimiento diario. La campaña incluía formación los fines de semana con entidades que fomentaban los beneficios de caminar, talleres para montar en bici, fomento de transporte público... Todos los videos de campaña eran protagonizados por las personas participantes. A la jornada de conclusiones se invitó a concejales/as y periodistas y se les presentaron los videos de las personas participantes. Alguna de estas personas decidió vender su coche a raíz de participar en este programa.

Espacio Protegido. Canal Sur



"Espacio Protegido" es el informativo decano de la información ambiental, siendo el programa de televisión dedicado al medio ambiente más longevo de España. De hecho, acaba de cumplir 25 años de emisión en Canal Sur TV, en los cuales ha recibido medio centenar de premios.

Con una duración de 30 minutos se emite todas las semanas con el objetivo de divulgar información ambiental de Andalucía de forma cercana y comprensible.

A lo largo de estos 25 años el programa se ha ido adaptando a las nuevas necesidades de la información sobre medio ambiente, como el cambio climático, por ejemplo, basándose en un discurso riguroso y cercano.

HOPE 

Hope!
CIENCIA CLIMÁTICA DE EMERGENCIA
VÍDEOS PARA EL CAMBIO

Hope es una iniciativa fundamentada en vídeos de divulgación.

Utilizando mucho el diseño gráfico explora otras formas de comunicación que, sin llegar a profundizar excesivamente en la información técnica, permita transmitir la importancia de cambiar nuestro estilo de vida.

En las comunicaciones que realizan se combina la información de alerta aportando herramientas y respuestas. Sin huir de la complejidad y dando la información completa y compleja.

LIFE INTEMARES



La Fundación Biodiversidad, en el marco de los proyectos LIFE que coordina, organiza anualmente jornadas dirigidas a periodistas para dar a conocer, sobre el terreno, el trabajo y avances de esos proyectos.

En concreto, la última jornada celebrada en el mes de noviembre de 2023, sirvió para poner en valor el papel de la ciencia ciudadana para mejorar el conocimiento sobre el calentamiento del océano. Igualmente, tuvo por objetivo dar a conocer el proyecto LIFE INTEMARES y sus actuaciones vinculadas a promover la ciencia ciudadana a través de Observadores del Mar y cómo, gracias a ella, la ciudadanía se implica en el conocimiento del medio marino y, en concreto, en la problemática del calentamiento del Mediterráneo.

Documentos de referencia

Boykoff, et al. (2022). World Newspaper Coverage of Climate Change or Global Warming, 2004-2022. Media and Climate Change Observatory Data Sets. Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, University of Colorado. doi.org/10.25810/4c3b-b819.

Carlos, Ana, Menéndez, Óscar, y Campos, Abel (2023). Guía de entrevistas sobre el cambio climático. Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA).

de Vries, E., Senerman, M., & Emhart, C. (2015). Guía de comunicación verde. Fundación Chile.

EFE VERDE (2022). Guía para periodistas sobre el cambio climático. EFE VERDE.

Grupo de investigación sobre Comunicación de la Ciencia del Instituto de Biodiversidad y Medioambiente (BIOMA) de la Universidad de Navarra (2021). La emoción y las imágenes, claves en la comunicación efectiva del cambio climático en redes sociales. Universidad de Navarra.

Kantar (2020). #Who cares, who does. Europanel.

Observatorio de la comunicación del cambio climático (2022). Decálogo 2022 de recomendaciones para la comunicación del cambio climático en el actual contexto de transición ecológica. Ecodes.

Solanilla, P. (2021). La era de la comunicación verde. Comunicar el cambio climático desde los gobiernos. En Ariadna Romans (Coord) ¿Cómo se comunica el cambio climático?. (20-24). Beers & Politics.

Suárez, A., & Moreno, J. (2021). Claves para comunicar la crisis climática. En Ariadna Romans (Coord) ¿Cómo se comunica el cambio climático? (44-47). Beers & Politics.

Anexo 1.

Preguntas realizadas en las entrevistas

Preguntas a divulgadores/as

¿Qué aspectos consideras más críticos en la comunicación ambiental?

¿Cuál es el papel de las redes sociales en la divulgación ambiental y cómo podemos utilizarlas de manera efectiva?

¿Cómo podemos abordar la desinformación y las noticias falsas relacionadas con el medio ambiente? ¿Siempre hay que desmontar las fake news?

¿Se puede fomentar la participación ciudadana y el compromiso con temas ambientales a través de la comunicación?

¿Tienes alguna clave para fomentar la colaboración entre personas que realizan divulgación/comunicación ambiental y periodistas?

¿A qué fuentes sueles acudir como referentes en materia de medio ambiente?

¿Nos puedes decir algún caso de éxito de campaña, entidad o iniciativa de comunicación ambiental que te parezcan especialmente relevantes en este ámbito?

¿Puede llegar a darse una saturación de comunicación sobre cambio climático o puede este tema eclipsar otros temas importantes?

¿Cómo podemos transmitir información científica de manera clara y comprensible al público general?

¿Qué estrategias podemos emplear para llegar a diferentes audiencias en temas ambientales?

¿Cómo podemos evitar el sensacionalismo y el alarmismo en la cobertura de temas ambientales? ¿Debemos hacerlo?

¿Qué recomendaciones tienes para el uso responsable de imágenes y fotografías en la comunicación ambiental?

Por último, ¿nos puedes decir alguna persona que considere fundamental para entrevistar en el marco del presente proyecto?

Preguntas a periodistas

¿Qué aspectos consideras más críticos en la comunicación ambiental?

¿En qué centran preferentemente los medios su información en relación con el medio ambiente?

¿Cuál es el papel de los medios de comunicación en la promoción de la conciencia ambiental y la sostenibilidad?

¿Cuál es el papel de las redes sociales en la divulgación de información ambiental y cómo podemos utilizarlas de manera efectiva?

¿Cómo podemos abordar la desinformación y las noticias falsas relacionadas con el medio ambiente?

¿Cómo podemos fomentar la participación ciudadana y el compromiso con temas ambientales a través de la comunicación?

¿Qué peso tiene el catastrofismo o alarmismo?

¿Cómo podemos colaborar con organizaciones y personas expertas para enriquecer la cobertura periodística sobre el medio ambiente?

¿A qué fuentes sueles acudir como referentes en materia de medio ambiente?

¿Nos puedes decir algún caso de éxito de campañas de comunicación ambiental o de iniciativas que te parezcan especialmente relevantes en este ámbito?

¿Puede llegar a darse una saturación de comunicación sobre cambio climático o puede este tema eclipsar otros temas importantes?

Por último, dinos una persona que consideres que es imprescindible que entrevistemos para este proyecto.

Anexo 2.

Cuestionario online

01 Si lo deseas, indica tus datos de contacto para que podamos mantenerte informado/a de las siguientes fases de este proceso.

Nombre y apellidos

Correo electrónico

02 ¿Con qué perfil te identificas más?

- A Periodista.
- B Divulgador/a profesional
- C Comunicador/a ocasional
- D Otro. Indicar:...

03 ¿Qué fuentes de información utilizas para estar informado sobre medio ambiente?

- A Medios de comunicación
- B Redes sociales
- C Ambas
- D Ninguna

04 ¿Crees que los medios de comunicación deberían tener una sección fija sobre medio ambiente?

- A Sí
- B No
- C NS/NC

05 ¿Crees que son necesarios los medios especializados en medio ambiente para la sociedad?

- A Sí
- B No
- C NS/NC

06 En el caso de que hayas contestado SÍ a la pregunta anterior. ¿Por qué son necesarios?

07 ¿Crees que el catastrofismo en medios de comunicación y redes sociales ayuda a cuidar mejor el entorno?

- A Sí
- B No
- C NS/NC

08 ¿Crees que la comunicación en positivo es favorable para el cuidado del medio ambiente?

- A Sí, es esencial
- B No, llega mejor el catastrofismo
- C NS/NC

09 ¿Crees que la información medioambiental debe...?

- A Solo informar
- B Informar y promover cambio de actitudes
- C Otro. ¿Cuál?:
- D NS/NC

10 ¿Cómo se combate el negacionismo sobre cambio climático?

- A Con información veraz contrastada
- B No merece la pena combatirlo
- C NS/NC

11 ¿Qué papel juegan las redes sociales a la hora de generar contenido relacionado con el medio ambiente y la educación ambiental?

- A Son esenciales
- B Son peligrosas
- C Ambas
- D NS/NC

12 ¿Crees que las redes sociales contribuyen a la propagación de bulos relacionados con el medio ambiente en general?

- A Sí
- B No
- C NS/NC

13 ¿Cómo luchar contra los bulos generados en RRSS?

- A Desmintiéndolos siempre
- B Ignorándolos siempre
- C Formando/educando
- D Depende de la situación
- E NS/NC

14 ¿Cómo influyen, en general, los medios de comunicación en el cuidado del medio ambiente?

- A Concienciando
- B No influyen
- C NS/NC

15 ¿Qué papel juegan los MMCC en la información sobre cambio climático?

- A Solo informan
- B Solo alarman
- C Alarman e informan
- D Alarman, pero conciencian
- E Ningún papel

16 ¿Crees que la información de proximidad es necesaria para una mejor comunicación medioambiental?

- A Sí, de lo local a lo global
- B No, mejor hablar en general
- C NS/NC

17 Por favor, indica el grado de acuerdo con las siguientes recomendaciones sobre comunicación medioambiental:

Totalmente en desacuerdo - En desacuerdo - De acuerdo - Totalmente de acuerdo

- Evitar contraponer el concepto de desarrollo al de protección y conservación del medio ambiente.
- Divulgar los conceptos y términos técnicos precisos para la comprensión del fenómeno a comunicar.
- Comunicar el concepto de riesgo e incertidumbre sin exagerar ni minimizar la magnitud del problema.
- Interactuar con la comunidad científica siendo esta la principal fuente de información.
- Acercar la información tanto espacial como temporalmente cuanto sea posible.
- Conectar la comunicación ambiental con realidades cercanas en el espacio y el tiempo.
- Enmarcar la problemática ambiental en los estilos de vida.
- Conectar fenómenos globales con locales.
- Incluir, en la medida de lo posible, fuentes directas.
- Difundir iniciativas y experiencias novedosas, profundizando en los logros que se han obtenido.
- Cambiar el enfoque alarmista por un enfoque positivo y motivador, sin ocultar la gravedad de la problemática a tratar.
- Utilizar imágenes que muestren personas actuando.
- Priorizar imágenes propias o creativas frente a imágenes de archivo.
- Tener en cuenta que las imágenes negativas pueden desmotivar para la acción.
- Usar imágenes de entornos identificables para las personas destinatarias.

18 Para terminar, ¿nos puedes decir cuáles son tus principales referencias de información sobre medio ambiente y educación ambiental?

