

CATÀSTROFE, INCERTESA, OPORTUNITAT O RISC?

PUNTS CLAU DE LA COBERTURA TELEVISIVA DELS INFORMES DE L'IPCC EN 2013/2014

JAMES PAINTER

Aquest article examina la cobertura televisiva dels tres informes de 2013 i 2014 dels grups de treball (WG) de l'IPCC en cinc països europeus: Alemanya, Noruega, Polònia, Espanya i el Regne Unit. S'hi va examinar la presència, importància i predomini de quatre marcs (catàstrofe, incertesa, risc explícit i oportunitat) en cadascun dels telenotícies analitzats. El marc «catàstrofe» va ser el més fort de tots en les tres variables de mesurament. «Oportunitat» va ser el segon més present, seguit per «incertesa». Encara que l'IPCC va emfasitzar considerablement l'enfocament de la gestió del risc per a enfrontar-se al canvi climàtic en l'anunci de l'informe WG2, el marc «risc explícit» amb prou feines s'hi va fer present. El Regne Unit va destacar per incloure-hi punts de vista escèptics.

Paraules clau: canvi climàtic, cobertura mediàtica, informes de l'IPCC, Europa.

Els països de la Unió Europea i Noruega han establert objectius més ambiciosos que els de la majoria d'economies desenvolupades per a reduir les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle. En conjunt, el públic dels països de la UE mostra majors nivells de preocupació sobre el canvi climàtic que altres països industrialitzats. Per exemple, entre 2008 i 2013 la proporció d'enquestats que pensaven que el canvi climàtic era un problema «molt greu» o «bastant greu» es va mantenir constant en un 90%. Al contrari, durant el mateix període als EUA, la proporció de ciutadans que estaven «una mica preocupats» o «molt preocupats» per l'escalfament global va caure del 63% al 53% (Painter, 2014, p. 17).

No obstant això, les xifres de la UE oculten importants diferències per països. Ben sovint, el Regne Unit mostra xifres més altes de gent que no pensa que el canvi climàtic siga un problema. Això pot tenir a veure amb la forta presència de grups de pressió escèptics, com la Global Warming Policy Foundation del Regne Unit, i amb l'èxit que han aconseguit a l'hora de posicionar el seu punt de vista en els mitjans, especialment en diaris d'ideologia conser-

vadora (Painter, 2011, pp. 91–110). Polònia també té una tendència més pronunciada cap a l'escepticisme climàtic que altres països de la UE, potser a causa de la seua dependència del carbó (Kundzewicz i Matczak, 2012).

La notable presència de l'escepticisme en aquests dos països és tan sols una de les diferències entre els cinc països inclosos en aquest estudi (Alemanya, Noruega, Polònia, Espanya i Regne Unit), que són part dels triats per a un projecte d'investigació que forma part de la Iniciativa de Programació Conjunta (JPI) sobre el clima de la UE.¹ Els cinc països ofereixen una varietat de païsatges mediàtics, pràctiques periodístiques i contextos socials i polítics en què es comuniquen les notícies sobre el canvi climàtic.

Científics dels cinc països contribueixen als informes dels grups de treball del Grup Intergovernamental d'Experts sobre el Canvi Climàtic (IPCC). Aquests informes es publiquen cada cinc o sis anys i constitueixen, en el seu conjunt, el resum internacional de major autoritat sobre el que sabem de la

«EL PÚBLIC DELS PAÏSOS DE LA UE MOSTRA MAJORS NIVELLS DE PREOCUPACIÓ SOBRE EL CANVI CLIMÀTIC QUE ALTRES PAÏSOS INDUSTRIALITZATS»

¹ http://www.cicero.uio.no/webnews/index_e.aspx?id=12065

ciència del canvi climàtic. Els informes afecten en gran mesura les interaccions entre ciència i política (Adler i Hadorn, 2014).

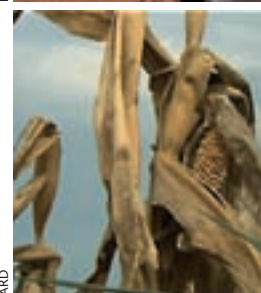
Els informes dels grups de treball es divideixen en tres, concretament *WG1: Bases físiques*, *WG2: Impactes, adaptació i vulnerabilitat* i *WG3: Mitigació del canvi climàtic* (IPCC, 2014). Els mitjans els han presat una atenció considerable. Per exemple, la publicació del quart informe d'avaluació des de febrer fins maig de 2007 va contribuir a fer que la cobertura del canvi climàtic assolira un pic notable en els mitjans escrits en unes quantes parts del món, particularment a Europa i Amèrica del Nord.

A hores d'ara hi ha molt de material disponible sobre el tractament audiovisual d'assumptes ambientals (Anderson, 2014; Cottle, 1993). León i Erviti (2015) han observat la cobertura del tema específic del canvi climàtic en la televisió espanyola, però no és comú centrar-se en la cobertura televisiva (Schäfer i Schlichting, 2014, p. 155). Hi ha molt poca investigació sobre els comentaris en televisió sobre els informes de l'IPCC, i això és una omisió important. Malgrat la revolució en la forma com les audiències –particularment la gent jove– accedeix a la informació, la televisió continua essent en la majoria de països la font d'informació més utilitzada i de confiança, i això inclou les notícies científiques.

Per exemple, al Regne Unit la televisió continua essent, amb gran diferència, el format més important i utilitzat de consumir notícies, en comparació amb els periòdics, la ràdio o els nous mitjans, i és també la font més important de notícies científiques (Painter, 2014, p. 62). En 2014, el 68 % dels britànics consumia notícies i programes de televisió com la seua principal font d'informació. La xifra contrasta amb el 23 % de la premsa escrita, el 15 % dels periòdics digitals i nous mitjans i el 2 % dels blogs.

El panorama és semblant en tres dels altres quatre països inclosos en el nostre estudi. En una enquesta realitzada en deu països en 2014, Alemanya va resultar ser el país amb el menor nivell d'accés a notícies en línia (juntament amb França), però mostrava una forta lleialtat a les plataformes de notícies tradicionals (Newman i Levy, 2014, p. 44). La televisió la va mencionar com la principal plataforma de notícies un 56 % d'enquestats, en comparació amb els mitjans en línia (19 %), ràdio (13 %) i premsa (11 %). Quant al tema concret del canvi climàtic, els alemanys utilitzen la televisió com la seua principal font d'informació i confien més en aquest mitjà que en qualsevol altre (Schäfer i Schlichting, 2014).

L'estudi de Newman i Levy (2014) va mostrar que quasi la meitat dels espanyols utilitza la televisió com la



La televisió continua sent en la majoria de països la font d'informació més utilitzada, també pel que fa a les notícies científiques. En les imatges, fotogrames de tres dels informatius estudiats (l'alemany ARD Tagesschau, el noruec NRK Dagsrevyen i l'espanyol Telediario de TVE) relatives a la notícia sobre el segon informe de l'IPCC, el passat 31 de març de 2014. El marc «catàstrofe» va ser un dels més presents en els informatius analitzats, tal i com es pot veure en els fotogrames que fan referència als impactes negatius com les inundacions, els incendis, l'escassetat d'aliments o el desgel.

«ELS INFORMES DE L'IPCC ANAVEN PLENS DE NOTES SOBRE L'IMPACTE ADVERS DE LES EMISSIONS DESMESURADES DE GASOS D'EFFECTE D'HIVERNACLE, LA QUAL COSA ÉS INTERESSANT PER A LES NOTÍCIES, SOBRETOT QUAN ES PODEN IL·LUSTRAR AMB IMATGES COLPIDORES»



seua principal font d'informació. No obstant això, en contrast amb Alemanya, més d'una tercera part preferia els mitjans digitals (incloent-hi les xarxes socials), seguits per la premsa (11%) i la ràdio (4%). En una enquesta realitzada a Polònia, la televisió mantenia la posició dominant com a font d'informació sobre el canvi climàtic (més del 90%), seguida per internet, els diaris, la ràdio i les publicacions setmanals (totes aquestes opcions les van esmentar un 30% dels enquestats) (Kundzewicz i Matczak, 2012).

Noruega és l'excepció a aquesta tendència. En una altra enquesta recent, el 66% de la mostra (població de més de quinze anys) estaven d'acord o un poc d'acord que internet era la seua principal font d'informació, seguida per la televisió amb un 57%, per la ràdio amb un 46%, pels periòdics amb un 36% i pel mòbil amb un 33% (Medienorge, 2014).

■ ENQUADRAR EL CANVI CLIMÀTIC

L'investigador en comunicació Robert Entman ofereix una anàlisi molt útil sobre els marcs o enquadraments (*frames* en anglés), centrat en la selecció i la importància, que ací són especialment rellevants. Segons Entman (1993), enquadrar és «seleccionar alguns aspectes d'una realitat percebuda i atorgar-los més importància en un text comunicatiu, de manera que es promoga una definició particular del problema, una interpretació causal, una avaluació moral i/o una recomanació de tractament per a l'ítem descrit».

Queda clar en la literatura científica que els tres marcs –«desastre/catàstrofe», «incertesa» i «oportunitat»– són formes comunes en què els mitjans presenten la «megahistòria» del canvi climàtic (Painter, 2013). Per exemple, en una anàlisi de la cobertura del canvi climàtic en la premsa de qualitat del Regne Unit des de 1997 a 2007 (Doulton i Brown, 2009) es va demostrar que el més comú era el marc «catàstrofe», que posa un èmfasi especial en l'impacte advers o en elements de crisi en les notícies sobre el canvi climàtic com el desgel de l'Àrtic, majors sequeres o successos meteorològics més extrems. El marc «incertesa» s'ha analitzat des de diferents angles, incloent-hi les diferents formes en què es pot representar en textos (Corbet i Durfee, 2004; Zehr, 2000) i com a indicador de «ciència controvertida» quan es menciona els escèptics (Antilla, 2005).

Aquests i altres marcs han sigut objecte d'un escrutini considerable per part dels investigadors en comunicació, que han analitzat si són eficaços per a promoure la comprensió, el compromís o el canvi de comportament del públic (Painter, 2014). Els relats catastrofistes que predominen en els mitjans no se solen considerar útils per a aconseguir un compromís personal sostingut. Alguns acadèmics veuen més útil per a conscienciar alguns sectors emfasitzar missatges més positius, com les possibilitats que ofereix el desenvolupament hipocarbònic, que utilitzar el discurs de la catàstrofe o del desastre.

El públic general malinterpreta sovint la incertesa científica com a ignorància, la qual cosa pot ser un obstacle per a la presa de decisions. Això ha contribuït a obrir un debat sobre si, en alguns casos, és millor utilitzar el marc del «risc» per a parlar del canvi climàtic. Els quatre marcs, «catàstrofe», «incertesa», «opor-

«ELS MARCS DEL CANVI CLIMÀTIC HAN ESTAT OBJECTE D'UN ESCRUTINI CONSIDERABLE PER PART DELS INVESTIGADORS EN COMUNICACIÓ, QUE HAN ANALITZAT SI SÓN EFICAÇOS PER A PROMOURE LA COMPREENSIÓ, EL COMPROMÍS O CANVI DE COMPORTAMENT DEL PÚBLIC»



El marc d'«oportunitat» va dominar en la cobertura de l'informe WG3, que se centrava en les solucions que es poden adoptar per al canvi climàtic. En les imatges, fotogrames de l'informatiu alemany ARD *Tagesschau* pertanyents a l'emissió del 13 d'abril de 2014, coincidint amb la presentació del tercer informe.

tunitat» i «risc explícit» són particularment pertinents per avaluar la cobertura dels informes dels grups de treball en 2013 i 2014. La gran incertesa al voltant del canvi climàtic és deguda, entre altres qüestions, a l'abast de les projeccions, la presència de veus escèptiques o d'experts que s'hi oposen o l'ús d'expressions com «pot» o «és possible». L'agència de notícies Reuters va descobrir que en les 30 pàgines del resum per a dirigents polítics, que destaca els punts principals de les 2.000 pàgines del *WG1* sobre les bases físiques del canvi climàtic, la paraula «incert» apareixia en 41 ocasions, enfront de les 26 repeticions en el resum de 18 pàgines de 2007 (Doyle, 2013).

La presència o absència de debat sobre la «pausa» climàtica, referida a la inexistència d'un increment significatiu en les temperatures mitjanes globals des de 1998, és especialment rellevant per al marc «incertesa». Es va acusar els escèptics de pressionar perquè la notícia de la «pausa» formara part d'una campanya per a soscar els esforços per actuar (Ward, 2014).

Un dels missatges clau de l'informe *WG3* era que seria possible, utilitzant diverses mesures tecnològiques, energia hipocarbònica i canvis en el comportament de la gent, limitar l'increment de la temperatura mitjana global a dos graus centígrads. Per exemple, l'informe emfasitzava les oportunitats i beneficis del transport hipocarbònic, com més segur per a la ciutadania, més saludable i d'energia més fiable.

Finalment, en la conferència de premsa i en les altres accions de difusió del segon informe (*WG2*), l'IP-

CC va fer tot el que podia per retratar el canvi climàtic com un repte de «gestió del risc». Chris Field, copresident del *WG2*, va comentar reiteradament la necessitat, enfront de la incertesa, de sospesar els riscos de possibles resultats.

■ MÈTODE DE RECERCA

El nostre principal enfocament era una anàlisi de la relativa presència o absència dels quatre marcs dominants mencionats adés. El mètode d'investigació va implicar la definició de marcs a priori i una aproximació quantitativa essencial a l'anàlisi del contingut. Es va concentrar en quins elements de certs marcs eren presents en cada notícia, i en el pes relatiu que hi tenien, per aconseguir conèixer més sobre quins missatges sobre el canvi climàtic podrien estar rebent els televidents quan veuen i escolten aquests noticiaris. Es van mesurar tres paràmetres per avaluar els quatre marcs: presència, importància i to dominant. La presència es mesura per l'aparició dels marcs en qualsevol part d'un article i la importància per la seua presència en titulars o entradetes. El to dominant inclou una gran varietat d'indicadors, com el pes relatiu d'un marc al llarg d'un article, la seua importància, les cites importants i l'ús d'eines lingüístiques com ara metàfores o adjectius.

Es va triar un telenotícies conegut d'un canal fiable per a cadascun dels cinc països; per a Alemanya: *ARD Tagesschau*, a les 20:00 hores; per a Noruega: *NRK Dagsrevyen*, a les 19:00 hores; per a Polònia: *TVPI*

**«“OPORTUNITAT” VA SER
EL SEGON MARC MÉS
PRESENT. VA DOMINAR
NOTABLEMENT LA
COBERTURA DE L'INFORME
DEL 'WG3', QUE SE
CENTRAVA EN LES
SOLUCIONS»**



Wiadomości, a les 19:30 hores; per a Espanya: el *Telediario* de TVE, a les 21:00 hores; per al Regne Unit: *BBC News at Ten*, a les 22:00 hores.

Els cinc canals tenen una audiència conjunta estimada d'uns quinze milions de persones. Els telenotícies seleccionats es comptaven entre aquells de més confiança i entre els més vistos de cada país. És interessant destacar que l'audiència de cada noticiari supera de llarg el tiratge (no necessàriament l'abast) del major periòdic del seu país. Per exemple, *BBC News at Ten* té una audiència mitjana d'entre quatre i cinc milions d'espectadors, enfront dels dos milions d'exemplars del tabloide de major tiratge (*The Sun*) o els 500.000 del major periòdic seriós (*The Telegraph*). A Alemanya, l'audiència d'*ARD Tagesschau* es calcula en 4,5 milions, enfront dels dos milions d'exemplars de *Bild*; els 700.000 es-

**«LES NOTÍCIES EN TELEVISIÓ
NECESSITEN ANAR
ACOMPANYADES D'IMATGES,
I EL MITJÀ ÉS MILLOR
EXPLICANT HISTÒRIES
QUE NO SOLUCIONANT
PROBLEMES»**

pectadors de *NRK Dagsrevyen* es comparen amb els 320.000 exemplars de l'*Aftenposten*; i els dos milions de televidents del *Telediario* de TVE, amb els 320.000 exemplars d'*El País*. A Polònia, 3,5 milions de persones veuen *Wiadomości*, mentre que el diari polonès de major tiratge és *Fakt*, amb vora 430.000 exemplars.

Examinem un telenotícies nocturn d'un canal en cada país el dia anterior i posterior a la publicació dels tres informes dels grups de treball de l'IPCC, que van aparèixer al setembre de 2013, març de 2014 i abril de 2014, respectivament. Aquest procés va retre un total de 30 informatius, dels quals quasi la meitat (14) contenien notícies sobre els informes de l'IPCC. La cobertura de la notícia va ser prou consistent al llarg dels cinc països. Els canals de Noruega i el Regne Unit van incloure quatre reportatges, Alemanya i Espanya en van emetre tres. El *TVPI* de Polònia, però, només en va emetre un.

L'elecció de dos informatius en nits consecutives d'un canal per país implica que els nostres resultats no són tan robustos com podrien haver estat si s'hagueren inclòs més telenotícies durant un període més llarg en la mostra. Això és particularment cert per a la BBC, que va emetre diversos reportatges sobre els avançaments del *WG1*, *WG2* i *WG3*.

L'elecció de dos informatius en nits consecutives d'un canal per país implica que els nostres resultats no són tan robustos com podrien haver estat si s'hagueren inclòs més telenotícies durant un període més llarg en la mostra. Això és particularment cert per a la BBC, que va emetre diversos reportatges sobre els avançaments del *WG1*, *WG2* i *WG3*.

L'elecció de dos informatius en nits consecutives d'un canal per país implica que els nostres resultats no són tan robustos com podrien haver estat si s'hagueren inclòs més telenotícies durant un període més llarg en la mostra. Això és particularment cert per a la BBC, que va emetre diversos reportatges sobre els avançaments del *WG1*, *WG2* i *WG3*.

■ RESULTATS

Com es pot observar en la figura 1, al llarg dels tres informes de l'IPCC el marc «catàstrofe» va ser el més desenvolupat de tots, d'acord amb els tres paràmetres. Com era previsible, això és especialment notable amb el *WG2*, que se centra en l'impacte, però també era present en la cobertura del *WG1* (sobre les bases físiques). Potser siga sorprenent que «oportunitat» va ser el següent enquadrament més present, important i dominant. Va dominar notablement la cobertura de l'informe del *WG3*, que se centrava en les solucions, però també era present en les notícies sobre el *WG1* i el *WG2*.

«Incertesa» era present en sis dels catorze informatius, especialment en la cobertura del *WG1*, però no era particularment important ni dominant. Era important en dos, i el to dominant únicament en un. El marc «risc explícit» va ser el menys present, i el que en menys ocasions va ser el to dominant (una vegada, compartit amb un altre marc). Només va ser important en un dels reportatges. El marc hauria estat més present si els periodistes hagueren inclòs els termes de probabi-

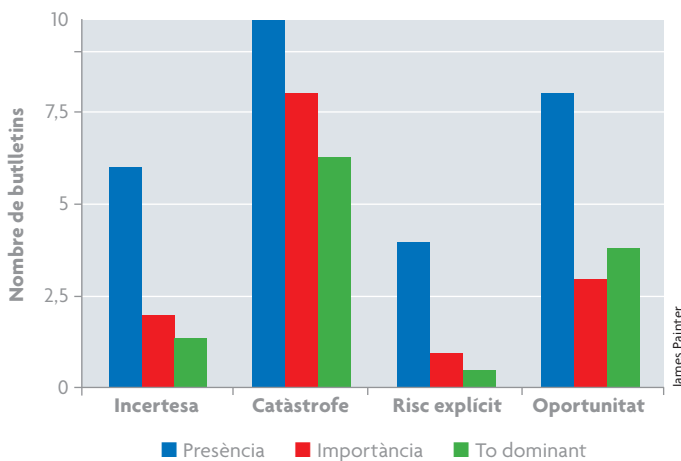


Figura 1. Presència, importància i to dominant per tema en les notícies sobre els informes dels grups de treball de l'IPCC en 2013 i 2014.



ARD



TVE



ARD



ARD

Fora dels informatius televisius, els riscos entorn del canvi climàtic són un tema cada vegada més important. No obstant això, la «gestió del risc» és un concepte difícil de simplificar i explicar, enfront del marc «catàstrofe» que implica un discurs més potent. En les imatges, fotografies relacionades amb la presentació de l'informe WG3, pertanyents als informatius alemany i espanyol del passat 13 d'abril de 2014.

litat i nivells de confiança utilitzats per l'IPCC com a forma d'avaluar probabilitats i risc. Només un dels informatius va explicar per complet el que significaven els conceptes.

Només un dels quatre canals que va cobrir els informes de l'IPCC va mencionar la «pausa» en parlar del WGI (la BBC britànica). Només un escèptic va aparèixer en pantalla (el professor Richard Tol, també en la BBC).

■ DISCUSSIÓ

Potser és sorprenent que el marc «catàstrofe» siga més comú que els altres marcs o discursos analitzats en l'estudi. Els informes de l'IPCC anaven plens de notes sobre l'impacte advers de les emissions desmesurades de gasos d'efecte d'hivernacle, un tema interessant per a les notícies, sobretot quan es poden il·lustrar amb imatges colpidores. Aquesta dramatització del canvi climàtic continua temptant els periodistes.

És interessant que el marc «incertesa» era present en un percentatge dels informatius de 2013 i 2014 considerablement menor (43%) que en els articles impresos examinats en un estudi dels informes de l'IPCC de 2007 (87%) (Painter, 2013, p. 68). El discurs de la

«AL LLARG DELS TRES INFORMES DE L'IPCC, EL MARC «CATÀSTROFE» VA SER EL MÉS DESENVOLUPAT DE TOTS»

«creixent certesa» sobre l'impacte humà en l'increment global de la temperatura des dels anys cinquanta del segle XX va rebre una considerable atenció per part dels mitjans i va aportar un contradiscurs fort davant de totes les incerteses. Això va fer que el marc «incertesa» fóra molt menys important i dominant, encara que tinguera una presència forta.

La major presència d'escèptics i de discursos escèptics al Regne Unit en comparació amb altres països europeus és consistent amb allò que s'ha vist en altres estudis. La investigació sobre els mitjans de comunicació francesos (Brossard, Shanahan i McComas, 2004), alemanys (Engels, Hüther, Schäfer i Held, 2013) i holandesos (Dirikx i Gelders, 2009) indica amb fermesa que els

mitjans d'aquests països exhibeixen menys incertesa respecte al canvi climàtic. Altres estudis han mostrat les importants diferències entre una àmplia varietat de països angloparlants (com Austràlia, el Regne Unit i els EUA) i països externs a aquesta «angloesfera» (Brasil, Xina, França, Alemanya, Índia i Noruega) (Painter i Ashe, 2012).

No obstant això, es necessiten més investigacions sobre els agents d'aquestes diferències en els mitjans

de comunicació –regles periodístiques com l'equilibri, la cultura editorial (opinió i objectivitat), influència dels propietaris, ideologia del periòdic– o en la societat en general (grups de pressió, polítics escèptics, lectors escèptics, científics escèptics, experiència directa d'un clima canviant o valors i tradicions culturals i polítics), o bé una combinació d'ambdós.

És sorprenent que el discurs del risc amb prou feines hi va estar present. Part de l'explicació és que les notícies en televisió necessiten anar acompanyades d'imatges, i el mitjà és millor explicant històries que no solucionant problemes. El marc «catàstrofe» es presta a un discurs més potent, mentre que «risc» és més aviat un problema que una notícia. A més, per als periodistes, la «gestió del risc» és un concepte difícil de simplificar i explicar.

Això podria canviar. Fora dels informatius en televisió, els riscos entorn del canvi climàtic són un objectiu cada vegada més important. L'informe de juny de 2014 *Risky Business* (“negoci de risc”), per exemple, va utilitzar una perspectiva de gestió del risc per a plantejar les amenaces del canvi climàtic per a l'agricultura, l'energia i el mercat immobiliari dels Estats Units. Li va seguir al setembre l'informe *Better Climate, Better Economy* (“Un millor clima, una millor economia”) de la Comissió Global per a l'Economia i el Clima, que també va fer un ús profús de termes i conceptes relacionats amb el risc.

Certament, el *Financial Times* tracta els reptes del canvi climàtic d'aquesta manera. En el seu editorial del 22 de setembre de 2014, va escriure que «el canvi climàtic, com una crisi financera o un accident industrial, presenta un risc d'alt impacte amb una probabilitat incerta i, com ocorre en aquests casos, seria negligent no prendre precaucions per a evitar-lo».

REFERÈNCIES

- Adler, C. E., & Hadorn, G. H. (2014). The IPCC and treatment of uncertainties: Topics and sources of dissensus. *WIREs Climate Change*, 5, 663–676. doi: 10.1002/wcc.297
- Anderson, A. (2014). *Media, environment and the network society*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Antilla, L. (2005). Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change. *Global Environmental Change*, 15, 338–352. doi: 10.1016/j.gloenvcha.2005.08.003
- Brossard, D., Shanahan J., & McComas, K. (2004). Are issue-cycles culturally constructed? A comparison of French and American coverage of global climate change. *Mass Communication and Society*, 7, 359–377. doi: 10.1207/s15327825mcs0703_6
- Corbett, J., & Durfee, J. (2004). Testing public (un)certainly of science: Media representations of global warming. *Science Communication*, 26, 129–151. doi: 10.1177/1075547004270234
- Cottle, S. (1993). Mediating the environment: Modalities of TV news. En A. Hansen (Ed.). *The mass media and environmental issues*. Leicester: Leicester University Press.
- Dirix, A., & Gelders, D. (2009). Global warming through the same lens: An explorative framing study in Dutch and French newspapers. En T. Boyce, & J. Lewis (Eds.). *Climate change and the media*. Nova York: Peter Lang.
- Doulton, H., & Brown, K. (2009). Ten years to prevent catastrophe? Discourses of climate change and international development in the UK press. *Global Environmental Change*, 19, 191–202. doi: 10.1016/j.gloenvcha.2008.10.004
- Doyle, A. (2013, 18 de setembre). Amid “uncertainty”, scientists blame mankind for global warming. *Reuters*.
- Engels, A., Hüther, O., Schäfer, M., & Held, H. (2013). Public climate-change scepticism, energy preferences and political participation. *Global Environmental Change*, 23(5), 1018–1027. doi: 10.1016/j.gloenvcha.2013.05.008
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- IPCC. (2014). *Intergovernmental panel on climate change: Fifth assessment report (AR5)*. Ginebra: IPCC.
- Kundzewicz, Z. W., & Matczak, P. (2012). Climate change regional review: Poland. *WIREs Climate Change*, 3, 297–311. doi: 10.1002/wcc.175
- León, B., & Erviti, M. C. (2015). Science in pictures: Visual representation of climate change in Spain's television news. *Public Understanding of Science*, 24(2), 183–199. doi: 10.1177/0963662513500196
- Medienorge. (2014). *Main news sources*. Bergen: Medienorge. Consultat en <http://medienorge.uib.no/statistikk/aspekt/tilgang-og-bruk/374>
- Newman, N., & Levy, D. A. L. (2014). *Reuters Institute digital news report 2014*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ).
- Painter, J. (2011). *Poles apart: The international reporting of climate scepticism*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ).
- Painter, J. (2013). *Climate change in the media: Reporting risk and uncertainty*. Oxford: IB Tauris i RISJ.
- Painter, J. (2014). *Disaster averted? Television coverage of the 2013/14 IPCC's climate change reports*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ).
- Painter, J., & Ashe, T. (2012). Cross-national comparison of the presence of climate scepticism in the print media in six countries, 2007–2010. *Environmental Research Letters*, 7(4): 1–8. doi: 10.1088/1748-9326/7/4/044005
- Schäfer, M., & Schlichting, I. (2014). Media representations of climate change: A meta-analysis of the research field. *Environmental Communication*, 8(2): 142–160. doi: 10.1080/17524032.2014.914050
- Ward, R. E. T. (2014). In the public's mind. *Nature Climate Change*, 4, 170. doi: 10.1038/nclimate2152
- Zehr, S. (2000). Public representations of scientific uncertainty about global climate change. *Public Understanding of Science*, 9, 85–103. doi: 10.1088/0963-6625/9/2/301

ABSTRACT

Disaster, uncertainty, opportunity or risk? Key messages from the television coverage of the IPCC's 2013/2014 reports.

The presence, salience and dominance of four frames (disaster, uncertainty, explicit risk and opportunity) were examined in each of the bulletins monitored. The «disaster» frame was the strongest of all the frames, measured by all three metrics. «Opportunity» was the next most present, followed by «uncertainty». Although the IPCC put considerable emphasis on a risk management approach to tackling climate change in its communication of the WG2 report, the «explicit risk» frame was hardly present. The UK stood out for including some coverage of sceptical viewpoints.

Keywords: climate change, media coverage, IPCC reports, Europe.

James Painter. Director del programa de periodisme de l'Institut Reuters per a l'Estudi del Periodisme de la Universitat d'Oxford (Regne Unit). Va treballar en el Servei Mundial de la BBC durant quinze anys i ha escrit diversos llibres i articles sobre el canvi climàtic i els mitjans de comunicació, entre ells *Climate change in the media: Reporting risk and uncertainty* (IB Tauris i RISJ, 2013).