

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80710>

## La construcción mediática de los movimientos juveniles frente al cambio climático. Fridays for Future y Extinction Rebellion en la prensa de referencia en España<sup>1</sup>

Ane Amondarain<sup>2</sup>, Alejandro Barranquero<sup>3</sup> y Adhik Arrilucea<sup>4</sup>

Recibido: 28 de febrero de 2022 / Aceptado: 12 de julio de 2022

**Resumen.** Este artículo analiza la representación mediática de los movimientos juveniles frente al cambio climático tomando como referencia sus principales organizaciones: Fridays for Future y Extinction Rebellion. Se parte de un análisis de contenido de 262 piezas informativas publicadas en el período álgido de las movilizaciones de 2019 en cuatro periódicos españoles *online* de referencia: *El País*, *Eldiario.es*, *ABC* y *La Vanguardia*. Los resultados demuestran que los medios autodenominados progresistas ofrecen una actitud más favorable hacia las movilizaciones, en especial, al abordar Fridays for Future, mientras que los conservadores se mueven entre una posición de neutralidad y oposición, menos benevolente en el caso de Extinction Rebellion. Si bien los periódicos ofrecen una visión contextualizada y apoyada en el relato de los activistas, la representación de las protestas tiende a un tratamiento algo sensacionalista y más centrado en el conflicto que en su agenda política: en el caso de Fridays for Future, se tiende a una personalización exótica en la figura de Greta Thunberg, de la que raramente se anuncian sus propuestas, mientras que en el de Extinction Rebellion se retratan de forma anecdótica algunas de sus performances no violentas.

**Palabras clave:** movimiento ecologista; cambio climático; jóvenes; Fridays for Future; Extinction Rebellion; Greta Thunberg; cobertura periodística

### [en] Media Representation of Youth Movements Facing Climate Change. Fridays for Future and Extinction Rebellion in Spanish Press of Reference

**Abstract.** This article analyzes the media representation of youth movements that fight against climate change, taking as a reference their main organizations: Fridays for Future and Extinction Rebellion. Methodology is based on a content analysis of 262 news pieces published during the peak period of the 2019 mobilizations in four Spanish online newspapers of reference: *El País*, *Eldiario.es*, *ABC* and *La Vanguardia*. The results show that the self-described progressive media offer a more favorable attitude towards the mobilizations, especially when addressing Fridays for Future, while the conservative ones move between a position of neutrality and opposition, less benevolent in the case of Extinction Rebellion. Although the newspapers offer a contextualized view, supported by the activists' accounts, the representation of the protests tends to be somewhat sensationalist and more focused on the conflict than on its political agenda: in the case of Fridays for Future, they tend to an exotic personalization it in the figure of Greta Thunberg, whose proposals are rarely announced, while in the case of Extinction Rebellion some of their non-violent actions and performances are portrayed in an anecdotal way.

**Keywords:** environmental movements; climate change; young; Fridays for Future; Extinction Rebellion; Greta Thunberg; journalistic coverage

**Sumario:** 1. Introducción. 2. movimiento ambientalista juvenil y su evolución 3. Marco metodológico 4. Resultados 4.1. Periodicidad y asociación entre plataformas y líderes 4.2. Resultados sobre valores y *frames* 5. Conclusiones 6. Referencias bibliográficas

**Cómo citar:** Amondarain, A., Barranquero, A., & Arrilucea, A. (2022). La construcción mediática de los movimientos juveniles frente al cambio climático. Fridays for Future y Extinction Rebellion en la prensa de referencia en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 28 (3), 497-509. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80710>

<sup>1</sup> Esta investigación se ha realizado en el marco del I+D+i PID2020-113011RB-I00 "Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y Aplicación de Indicadores" (SOScom), financiado por MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033

<sup>2</sup> Universidad Carlos III de Madrid (España)  
E-mail: [aneamon99@gmail.com](mailto:aneamon99@gmail.com)

<sup>3</sup> Universidad Carlos III de Madrid  
E-mail: [abarranq@hum.uc3m.es](mailto:abarranq@hum.uc3m.es)

<sup>4</sup> Universidad Carlos III de Madrid (España)  
E-mail: [adhik36@gmail.com](mailto:adhik36@gmail.com)

## 1. Introducción

El cambio climático es el problema que más preocupa a los españoles cuando son preguntados por las amenazas que enfrenta el mundo<sup>5</sup>. Aunque esta inquietud es transversal a gente de distintas edades y tendencias políticas, los/as jóvenes constituyen el grupo etario con mayor conciencia ecológica (Lázaro, González y Escribano, 2019). En los últimos años, millennials y centennials se convirtieron en los actores más destacados de las denominadas “huelgas globales por el clima”, unas manifestaciones masivas secundadas por millones de personas en distintas ciudades del planeta. En el año en que se centra este estudio, 2019, las protestas estudiantiles alcanzaron su pico de actividad y su poder de convocatoria, reactivando, junto a pensionistas y feministas, un nuevo ciclo de movilizaciones que comenzó a declinar a principios de 2020 coincidiendo con la pandemia del Covid-19.

Entre los símbolos que más han agitado la acción colectiva de este movimiento (Tarrow, 1992) destaca, sin duda, la figura de Greta Thunberg, una estudiante sueca que, con tan sólo 15 años, se convirtió en uno de los principales detonantes de las protestas. La repercusión mediática del *hashtag* #FridaysForFuture supuso un revulsivo para la aparición de la plataforma mundial del mismo nombre, que desde entonces protagonizaría multitudinarias manifestaciones todos los viernes frente a la sede del Parlamento Sueco<sup>6</sup>. El surgimiento de Fridays for Future coincidió a finales de 2018 con el de Extinction Rebellion, un movimiento juvenil que se extendió desde Londres a otros países y que utiliza la desobediencia para advertir sobre la pérdida de biodiversidad y la necesidad de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. En torno a una denuncia similar de la situación de emergencia, ambas organizaciones han trabajado para intentar movilizar a las poblaciones e instar a los gobiernos a adoptar medidas urgentes basadas en recomendaciones científicas y en agendas políticas como el Green New Deal (Svampa, 2020). No obstante, el mensaje activista que más se ha trasladado apela a que la clase política debe escuchar a la científica y actuar en consecuencia (Evensen, 2019)

El presente trabajo tiene por objeto analizar la representación de los movimientos juveniles ambientales deteniéndose en sus principales plataformas – Fridays for Future (FFF) y Extinction Rebellion (XR)- y en la cobertura obtenida por las mismas en

prensa *online* de referencia. En primer lugar, se examinan los enfoques predominantes en cuatro medios españoles –*ABC*, *La Vanguardia*, *Eldiario.es* y *El País*- y si estos enfatizan en la identidad y objetivos del movimiento o más bien en su carácter conflictivo y de protesta, como suele ser habitual en el retrato de las movilizaciones sociales (Rodríguez Guerrero y Barrera, 2020; Rovira-Sancho, 2013), en especial cuando están protagonizadas por grupos estudiantiles (Rodríguez, Peña y Sáez, 2014; Sola-Morales, 2019). En segundo lugar, se analiza qué enfoques predominan al retratar las plataformas que organizan las protestas y, en particular, a Greta Thunberg como su representante más visible. Por último, nos planteamos si la línea editorial del medio influye o no en una mayor y mejor cobertura del cambio climático, y si esta es ayudada por el revulsivo que suponen los nuevos discursos juveniles en torno al cambio climático.

Partimos del supuesto, previamente contrastado, de que los medios que se autodefinen como progresistas tienden a ofrecer un relato más positivo y equilibrado de los movimientos ambientalistas. Esto ha sido demostrado por estudios del mismo período y relacionados con la cobertura de la Cumbre del Clima de Madrid en radio –en particular, en la cadena SER (de Sola Pueyo, 2020)-, prensa y televisión (Teso y Fernández-Reyes, 2020). Asimismo, intentamos averiguar si el hecho de contar con una figura mediática destacada influye en un tratamiento diferenciado de las plataformas convocantes; es decir, si el denominado “efecto Thunberg” (Jiménez Tovar, 2021; Röderer, 2020) ha podido favorecer un imaginario visual más rico en el caso de Fridays for Future, frente a movimientos más horizontales y que rechazan los estilos tradicionales de liderazgo como Extinction Rebellion. En esta línea, nos planteamos si la cobertura está más relacionada con el impacto de ciertos líderes mediáticos (Lester, 2006) que con un verdadero interés mediático por agendas ambientalistas y de transición, en la línea de estudios recientes como el de Jiménez Tovar (2021), que analizaba la repercusión de figuras como Greta Thunberg o el expresidente de Uruguay José Múgica.

## 2. El movimiento ambientalista juvenil y su evolución

En las últimas décadas, la evolución de los movimientos ecologistas en el mundo ha sido discontinua, con picos de popularidad y de latencia (Melucci, 1994). No obstante, ha habido repuntes y mejoras en la cobertura mediática, acompañando a hitos de la vida política –como cumbres del clima, presentación periódica de los informes del IPCC, discusiones en torno a la Ley del Cambio Climático, etc.- y las propias manifestaciones juveniles que aquí se analizan. A grandes rasgos, la conciencia ecológica global comienza a gestarse en la segunda mitad del siglo XX ligada al movimiento *hippie* y pacifista, e inspirada por las graves advertencias de un conjunto de publi-

<sup>5</sup> Este artículo forma parte de los trabajos del Observatorio de la Comunicación Mediática del Cambio Climático (a cargo del grupo MDCS de la UCM y Ecodes) y contiene resultados de investigación del proyecto I+D PID2020-113011RB-I00 “Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y Aplicación de Indicadores” (SOScom), financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033.

<sup>6</sup> Como primer punto del programa, que luego se amplió, Greta Thunberg demandaba una reducción de las emisiones de carbono conforme a lo pactado en el Acuerdo de París (2015), nombre con el que se conoce a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

caciones ambientalistas popularizadas más allá del ámbito académico o institucional (Carson, 1962; Meadows et al., 1972). También fue esencial la aparición de organizaciones de gran tamaño como Greenpeace (1971), que se convirtió en una de las primeras entidades “profesionalizadas” de protesta (Diani, 1995) y en una organización pionera en adaptar sus repertorios simbólicos a la lógica de los medios con el objeto de mejorar su cobertura (Rucht, 2004).

Ya a comienzos del siglo XXI, el medioambiente ha ganado posiciones en la agenda política y mediática. Por una parte, la lucha contra el cambio climático cuenta con el favor de la opinión pública, si bien la preocupación sigue siendo mayor en países del Norte y el Centro de Europa, que en el Sur (Eurobarometer, 2020), donde los partidos que representan estas posiciones aún no han obtenido una representación significativa en los Parlamentos. Por otra parte, y acompañando a los dramáticos y visibles efectos del cambio climático, se aprecia un resurgir de los movimientos ambientalistas juveniles. Estos han contado con cierto favor de los medios (Bergmann y Ossewaarde, 2020), en especial durante la cobertura de la Conferencia por el Clima de la ONU COP25 celebrada en Madrid en diciembre de 2019, en la que los discursos de Greta Thunberg alcanzaron bastante resonancia (Alonso-González, 2021; Teso y Fernández-Reyes, 2020)<sup>7</sup>. Un año antes, en diciembre de 2018, Thunberg había sido invitada a participar en la Conferencia COP24 celebrada en Katowice en Polonia, un momento en el que sus intervenciones se viralizaron en la red ampliando el radio de influencia de las protestas desde Suecia hasta otros muchos países. Los/as jóvenes españoles/as comenzaron a adherirse a las mismas en torno a la primera Huelga General por el clima convocada el 15 de marzo de 2019 (Kühne, 2019; Rivas-de-Roca, 2020). Dos meses antes, en enero de 2019, un grupo de estudiantes de Girona había hecho suyo el programa ambientalista de Thunberg. Desde entonces, distintas organizaciones en diversos puntos de la geografía española comenzaron a agruparse en torno a la Coordinadora estatal Juventud Por el Clima (@JuventudXClima), que, con apoyo de la activista, organizó actos de protesta en más de 40 ciudades españolas (Rivas-de-Roca, 2020: 86-87).

En líneas generales, el movimiento climático se define por características como su transversalidad, la acción directa pacífica y su orientación global. En esta línea, muchos/as activistas suelen partir de un diagnóstico similar de las necesidades propias del territorio y las combinan con exigencias de transición ecológica de carácter global. Asimismo, sus miembros suelen organizarse en redes internacionales coordinadas a partir de nodos deslocalizados en distintos territorios, lo que conforma una suerte de “re-alpolitik cosmopolita” o unión transfronteriza de protestas (Beck, 1995), que en los últimos tiempos

también se ha vinculado a otros movimientos de reacción a las crisis económicas y de defensa de los servicios públicos (Feixa Pàmpol, Sánchez García, Nofre Mateo, 2014).

Ya en términos comunicacionales, el ambientalismo en España ha sido abordado como un movimiento tecnopolítico y en red (Rivas-de-Roca, 2020), caracterizado por hacer un uso intenso y creativo de las TIC a su alcance, además de por repertorios de protesta muy orientados a captar la atención informativa de los grandes medios. Dentro de estas acciones destacan las huelgas generales por el clima convocadas por Fridays for Future o las acciones performativas de Extinction Rebellion, que se popularizó en octubre de 2019 al interrumpir la circulación habitual del metro de Londres (Mansfield, 2020). Ese año se llegaron a organizar hasta cuatro huelgas climáticas: la ya reseñada del 15 de marzo, el 24 de mayo, el 27 de septiembre y el 29 de noviembre, esta última coincidiendo con la Cumbre del Clima COP 25 en Madrid.

La investigación sobre la cobertura del movimiento ambientalista ha tenido un repunte en los últimos años. En base a un análisis de contenido de prensa y televisión, Teso y Fernández-Reyes (2020) evidenciaron que 2019 supuso una novedad en el enmarcado del cambio climático frente a los *frames* tradicionales de carácter más político o científico detectados en anteriores estudios (Arcila, Freyle y Mercado, 2015). Así, en 2019, los jóvenes activistas pasaron de ser “actores de reparto” a convertirse en los protagonistas de la información televisiva, situándose al mismo nivel que los políticos e incluso delante de los científicos (Teso, 2021). Esta tendencia también se percibió tanto en las propias fuentes aludidas (Teso y Fernández-Reyes, 2020) como en la propia representación visual o fotográfica del cambio climático, que adquirió una nueva imaginería (García Herrero y Vicente Torrico, 2021).

En una línea similar, Ryalls y Mazzarella (2021) han evaluado los atributos que han acompañado al retrato de la principal líder del movimiento, Greta Thunberg. En él parece destacar la representación positiva de su trastorno autista, entendido, ya no tanto como una carencia sino como un “superpoder”. No obstante, los mismos autores destacan que la construcción icónica de Greta puede llegar a opacar la necesidad de una acción colectiva más amplia y en la calle para fomentar los ideales de transición ecosocial del movimiento. Otros trabajos han analizado la respuesta en redes sociales de los viajes en barco de Thunberg y su rechazo al carácter contaminante de los vuelos. Por ejemplo, el estudio de Mkono, Huges y Echentille (2020) concluye que el mensaje de Greta es inspirador, si bien la mayoría de la gente aún no está dispuesta a renunciar a viajar en avión por motivo del cambio climático. Por último, y tal y como atestiguan estudios anteriores (Lester, 2006; Turner, 2004), la celebridad del liderazgo político y, en particular, el de Greta Thunberg, parece haber influido en una cristalización de ciertos significados y *frames*, e incluso en la oportunidad de trasladar a la

<sup>7</sup> Véase, por ejemplo, el trabajo publicado por Fernando Peinado para *El País*: [https://elpais.com/sociedad/2019/12/10/actualidad/1576011896\\_293446.html](https://elpais.com/sociedad/2019/12/10/actualidad/1576011896_293446.html)

ciudadanía un mensaje claro que ha acabado por aumentar la legitimidad del movimiento.

### 3. Marco metodológico

Como principal herramienta metodológica esta investigación se apoya en un análisis de contenido de todas las piezas informativas publicadas durante 2019 en cuatro periódicos digitales, seleccionados intencionalmente por su alta penetración e índice de lectura y por la diversidad en su línea editorial: dos de carácter más conservador (*ABC* y *La Vanguardia*) y dos de línea progresista (*Eldiario.es* y *El País*)<sup>8</sup>. Esta elección ofrece una mínima representatividad del espectro ideológico conservador y progresista (Martínez-Nicolás, Humanes y Saperas-Lapiedra, 2014) entendiendo como prensa progresista a aquella que posee una línea editorial afín a valores igualitarios, laicos y cosmopolitas y a la conservadora como más próxima a valores tradicionales –seguridad, familia, religión, etc.- y al compromiso con políticas económicas liberales. Las unidades de análisis, que ascienden a 262 piezas, se han localizado a través de los buscadores de las páginas webs de los medios empleando como términos de selección los nombres

de ambos movimientos -Extinction Rebellion y Fridays for Future- y el de Greta Thunberg. Se ha considerado unidad de análisis toda aquella pieza informativa cuyo tema central fuese la descripción o las actividades de estas plataformas. En el caso de Thunberg, también se han incluido otras piezas que, sin tener a la activista como tema central, sí que describían rasgos de su personalidad o su relación con el debate climático y las movilizaciones.

Para responder a las preguntas planteadas, se diseñó un protocolo de análisis compuesto de diez variables en las que se combinaron dimensiones formales y otras de tipo interpretativo y centradas en cuestiones de enmarcado y *frame*. Las formales atienden a las fuentes de información y extensión media de las piezas. Se miden además las fuentes predominantes, el número de menciones a las plataformas y las agrupaciones entre estas, y si hay alusiones o no a las demandas que abanderan los activistas y a un contexto global de luchas. Por su parte, las interpretativas analizan el tratamiento discursivo atribuido a ambas organizaciones y un conjunto de *frames* propios sobre los movimientos juveniles que se explican en el apartado de resultados. Otras variables pretenden averiguar qué tipo de cobertura del cambio climático predomina, a qué valores se asocia la figura de Greta Thunberg, y si

**Tabla 1.** Protocolo de análisis de contenido

Variables	Valores
Período de la pieza publicada	Marzo, septiembre, octubre, diciembre
Extensión media de la pieza	Nº de palabras
Número de menciones a las plataformas o líder: Greta Thunberg (GT); Fridays for Future (FFF), o a Extinction Rebellion (XR)	GT, FFF, XR
El medio favorece la asociación entre FFF y GT, entre XR y GT, y entre FFF y XR	FFF/GT; XR/GT; FFF/XR
Fuentes	Activistas, Científicos, Políticos, FF. Seguridad, Agencias de noticias, otros
Relación de las protestas con un contexto global de luchas	Sí, no
Relación de las protestas con el programa político del movimiento	Sí, no
Valor asociado a: Fridays for Future, Extinction Rebellion, Greta Thunberg	Positivo, negativo, neutro
<i>Frames</i> (Iyengar, 1991)	Episódico, Temático
Frames (Semetko y Valkenburg, 2000)	Conflicto, interés humano, consecuencias económicas, atribución de responsabilidades, moral
Atribución de la responsabilidad y soluciones del cambio climático	Políticos, empresas, ciudadanía
<i>Frame</i> asociado a los movimientos juveniles	Descripción de las protestas, juventud idealista, reacción de la juventud, lo global frente a lo local, Greta como ejemplo, no se menciona

Fuente: Elaboración propia.

<sup>8</sup> De acuerdo con el Estudio General de Medios (EGM) de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), en el período que nos ocupa –con datos de abril de 2019-, entre los periódicos más leídos en España se encontraban: *El País*, en primera posición, seguido de *La Vanguardia*, en cuarta, y *ABC*, en sexta. *Eldiario.es* es el cuarto periódico digital nativo más leído en España.

el retrato de los movimientos se centra en su filosofía y demandas o en sus actos disruptivos. Además, se han adaptado modelos de análisis como los de Iyengar y Semetko y Valkenburg a fin de contemplar si el tratamiento periodístico incidía en *frames* episódicos o temáticos (Iyengar, 1991) o si favorecía enfoques de conflicto, interés humano, consecuencias económicas, atribución de responsabilidades, o lecturas en clave moral (Semetko y Valkenburg, 2000). En las piezas en las que destacaba el enfoque de responsabilidades se diseñó una variable para averiguar a qué tipo persona, organización o entidad se asignaban los débitos y soluciones del cambio climático.

Para seleccionar la muestra se optó por incluir todas las piezas periodísticas publicadas en los meses de marzo, septiembre, octubre y diciembre de 2019. Estos son los períodos en los que ambos colectivos protagonizaron una mayor cantidad de protestas en el contexto español, coincidiendo con los siguientes acontecimientos: la Marcha por el Clima (15 de marzo), la Huelga Mundial por el Clima (20-27 de septiembre), la Semana de Rebelión por el Clima (7-13 de octubre) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP25). Esta última se realizó en Madrid entre el 2 y el 13 de diciembre debido al conflictivo contexto de movilizaciones que por entonces vivía Chile, el país que originariamente iba a ser anfitrión. Los siguientes apartados también interpretan los resultados del análisis, que han sido contrastados mediante entrevistas a cinco expertos/as en la cobertura del

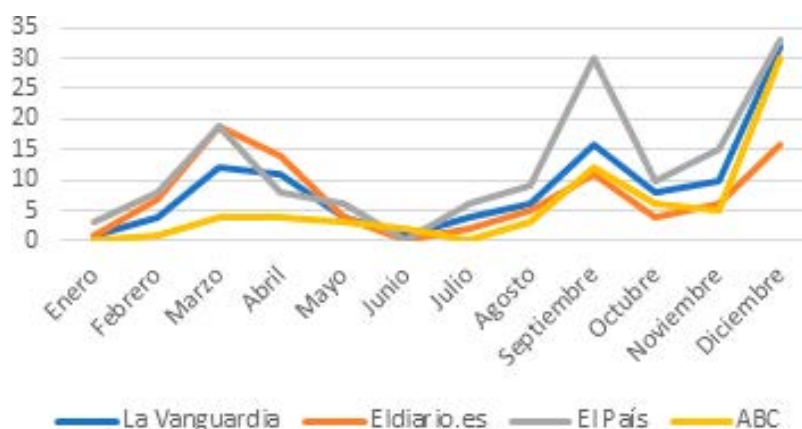
cambio climático a los que agradecemos la validación de los resultados de este trabajo.

## 4. Resultados

### 4.1. Periodicidad y asociación entre plataformas y líderes

Durante 2019, el número de piezas que mencionan y tienen como tema principal a Extinction Rebellion, Fridays for Future o Greta Thunberg componen un total de 147 unidades en *El País*, 109 en *La Vanguardia*, 89 en *Eldiario.es* y 70 en *ABC*. Los picos de publicación se concentran en los meses de septiembre y diciembre, que coinciden con acontecimientos destacados de la agenda política o actos disruptivos de las propias plataformas, como la Huelga Mundial del Clima del 27 de septiembre. El mes en el que la cobertura alcanza mayor frecuencia es diciembre, coincidiendo con la celebración de la Cumbre COP25 de Madrid y las movilizaciones convocadas por Coordinadora Juventud por el Clima, entre otras entidades. Por su parte, el Gráfico 1 demuestra cómo *El País* (33), *La Vanguardia* (32) y *ABC* (30) concentran el máximo de publicaciones en dicho mes. En contraste, el máximo de piezas de *Eldiario.es* (19 unidades) se da en marzo de 2019 coincidiendo con la primera de las huelgas globales del clima, lo que apunta a un compromiso pionero del medio con las movilizaciones ambientalistas.

**Gráfico 1.** Número de piezas que toman a XR, FFF y Greta Thunberg como tema central por mes (2019)



Fuente: Elaboración propia.

Calculando la longitud de las piezas, que podría ser interpretada como un indicador de la capacidad de contextualización del medio, comprobamos que las noticias más largas se publican en *El País*, con una media de 909 palabras, seguido de *Eldiario.es* con 686, *ABC* con 541 y *La Vanguardia* con 514. En lo que respecta a las menciones, casi todas las informaciones aluden a la figura de Greta Thunberg, a la que se la alude en el 87% de las piezas periodísticas firmadas por *ABC*, el 85% de *El País*, el 84% de *El*

*diario.es* y el 82% de *La Vanguardia*. En consonancia, los medios otorgan una mayor notoriedad a Fridays for Future: *Eldiario.es* la menciona en un 66% de sus publicaciones, *El País* en un 62%, *La Vanguardia* en un 43% y *ABC* en un 42%. En cambio, son minoritarias las piezas que refieren a Extinction Rebellion, citada en un 21% de informaciones de *ABC* y un 20% de *El País*, seguidos del 16% de *La Vanguardia* y el escaso 6% de *Eldiario.es*.

Si analizamos las asociaciones que los medios realizan entre las principales plataformas (Fridays for Future –recogida como FFF– y Extinction Rebellion –XR–) y entre estas y Greta Thunberg, la Tabla 1 demuestra un predominio de alusiones cruzadas de Fridays for Future y Greta Thunberg, como era de

esperar. No obstante, resulta curioso observar las escasas asociaciones entre Fridays for Future y Extinction Rebellion, a pesar de que ambas entidades comparten muchas demandas y han estado detrás de las huelgas y protestas, más allá de sus diferencias programáticas y organizativas.

**Tabla 2.** Porcentaje de agrupación de menciones por medio

Medio analizado	FFF/Greta	XR/Greta	FFF/XR/Greta	FFF/XR
<i>El País</i>	50%	5%	4%	1%
<i>ABC</i>	27%	2%	10%	2%
<i>Eldiario.es</i>	56%	0%	0%	0%
<i>La Vanguardia</i>	35%	0%	3%	0%

Fuente: Elaboración propia.

En lo relativo a las fuentes, en *El País* predominan los/as propios activistas (87%), seguidos a mucha distancia por los/as científicos/as (18%). Las agencias de noticias quedan relegadas a un tercer plano (3% de las noticias), incluso cuando se trata de informaciones de ámbito internacional. Al igual que en *El País*, la fuente más recurrente en *ABC* son los activistas (60%), seguidos de Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado y Delegación del Gobierno (10%), a quienes se acude para comprobar el grado de participación ciudadana y el transcurso de las movilizaciones. En el caso de *ABC* también se aprecian intervenciones de expertos/as (aunque esta fuente solo alcanza un 8% de las referencias), a veces para contradecir o poner en duda lo declarado por los activistas. En otras palabras, si bien el espacio asignado a los participan-

tes de las protestas es considerable, este se contrasta con declaraciones de figuras de autoridad como sociólogos/as o politólogos/as, y las noticias de agencia ascienden a una cifra más alta (19%) que la alcanzada por *El País*. En *Eldiario.es*, las fuentes utilizadas son, en su casi totalidad, los propios activistas, por lo que escasean las informaciones en las que intervienen fuerzas de seguridad, políticos o expertos, y el 22% de noticias de agencia. Siguiendo un patrón similar al del resto de medios, *La Vanguardia* se nutre, sobre todo, de declaraciones de activistas. Sin embargo, observamos con mayor frecuencia la presencia de información científica, y de manera más o menos equivalente, las declaraciones de las fuerzas de seguridad. *La Vanguardia* es el medio que mayor porcentaje de noticias de agencia presenta: 37%.

**Tabla 3.** Porcentaje de fuentes por medio

Medio analizado	Activistas	Científicos/as	Fuerzas de seguridad	Políticos/as	Agencias de noticias
<i>El País</i>	87%	18%	11%	15%	3%
<i>ABC</i>	60%	8%	10%	19%	19%
<i>Eldiario.es</i>	78%	6%	4%	12%	22%
<i>La Vanguardia</i>	53%	7%	12%	12%	37%

Fuente: Elaboración propia

Por último, la gran mayoría de las piezas periodísticas hacen alusión a un contexto global de luchas. Esto se da en *El País* en el 96% de los casos, en *Eldiario.es* en el 94%, y en *ABC* y *La Vanguardia*, en el 88% y 78%, respectivamente. Por el contrario, las motivaciones o el programa político de los colectivos no siempre son mencionados, lo que relacionamos con la cierta vaguedad retórica de ambos movimientos a la hora de proponer soluciones concretas (Evensen, 2019), más allá de la demanda que más ha trascendido: la de que los políticos/as deben escuchar al estamento científico (Evensen, 2019). *Eldiario.es* presenta el porcentaje más alto de alusión a la agenda

ambientalista (76%), seguido de *El País* (70%) y *La Vanguardia* (63%). *ABC* menciona las peticiones de los activistas únicamente en el 27% de las piezas.

#### 4.2. Resultados sobre valores y frames

Al analizar las valoraciones que hacen los medios escogidos de los movimientos juveniles, comprobamos que estas oscilan entre una caracterización positiva o neutra. Los extremos más polarizados son, en el lado positivo, *Eldiario.es* y en el negativo *ABC*, el diario que, con diferencia, valora más desfavorablemente las protestas. Si estudiamos la cobertura con-

creta de Fridays For Future por los distintos periódicos, comprobamos que el retrato más favorable procede del 84,84% de las coberturas de *Eldiario.es*, el 62,07% de *La Vanguardia*, el 40,35% de *El País*, y tan sólo el 4,55% de *ABC*. Mantiene un posicionamiento neutral en las piezas, siguiendo el mismo orden, el 59,65% de las coberturas de *Eldiario.es*, el 77,27% de *La Vanguardia*, el 15,16% de *El País* y el 37,93% de *ABC*. En el lado negativo, sólo *ABC* valora negativamente este movimiento el 18,18% de las ocasiones.

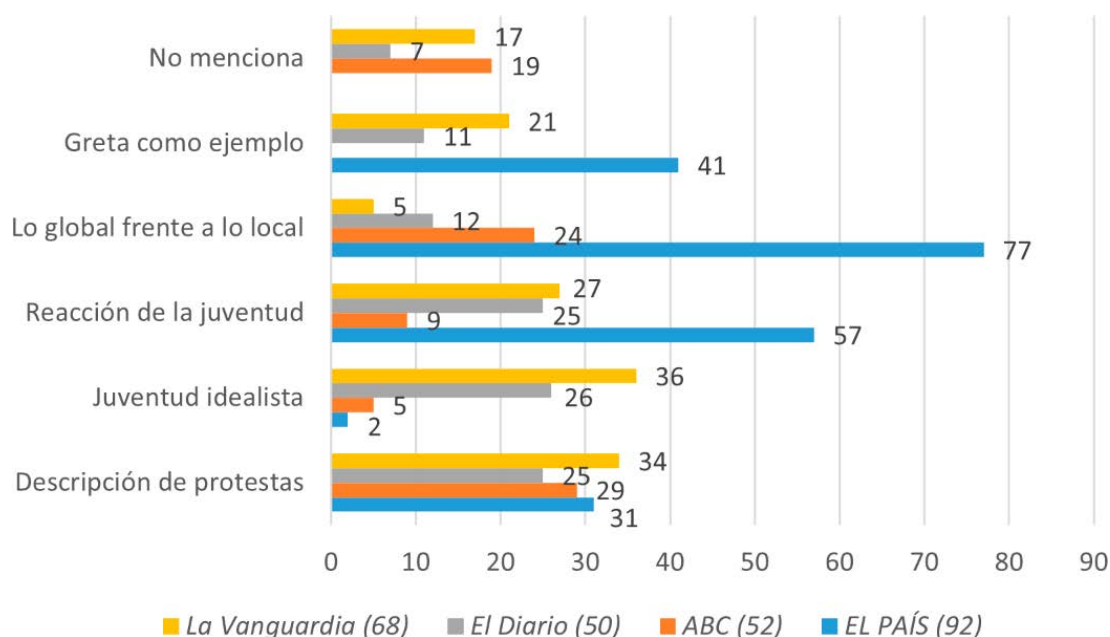
Por su parte, Extinction Rebellion no sólo obtiene una menor presencia cuantitativa sino un enmarcado más débil, con un tratamiento en positivo en el 66,67% de las noticias de *Eldiario.es*, frente a un 54,55% negativo en *ABC*. Por su parte, *El País* llega a dar una visión desfavorable del movimiento en el 11,11% de sus noticias, aunque se mantiene neutral en el 50% de las piezas. En *La Vanguardia*, sin embargo, predomina la neutralidad (54,55%), cuando no los enfoques positivos (45,45%). A pesar de que las agendas políticas de ambos movimientos presentan bastantes continuidades, este resultado podrían atribuirse a que Fridays for Future apela en su nombre a la esperanza y las soluciones, mientras que la denominación de Extinction Rebellion apunta a un mensaje más distópico y catastrofista, que tal vez resulte menos seductor para medios de propiedad privada. En el retrato negativo también ha podido pesar su apuesta por la desobediencia civil no violenta, además de presentar patrones de organización todavía más horizontales que los de su homólogo, lo que les hace carecer de un rostro visible y que represente al movimiento.

En relación con lo anterior y de acuerdo a la categorización de Iyengar (1991), se observa que el 74,36% de la cobertura de Extinction Rebellion es

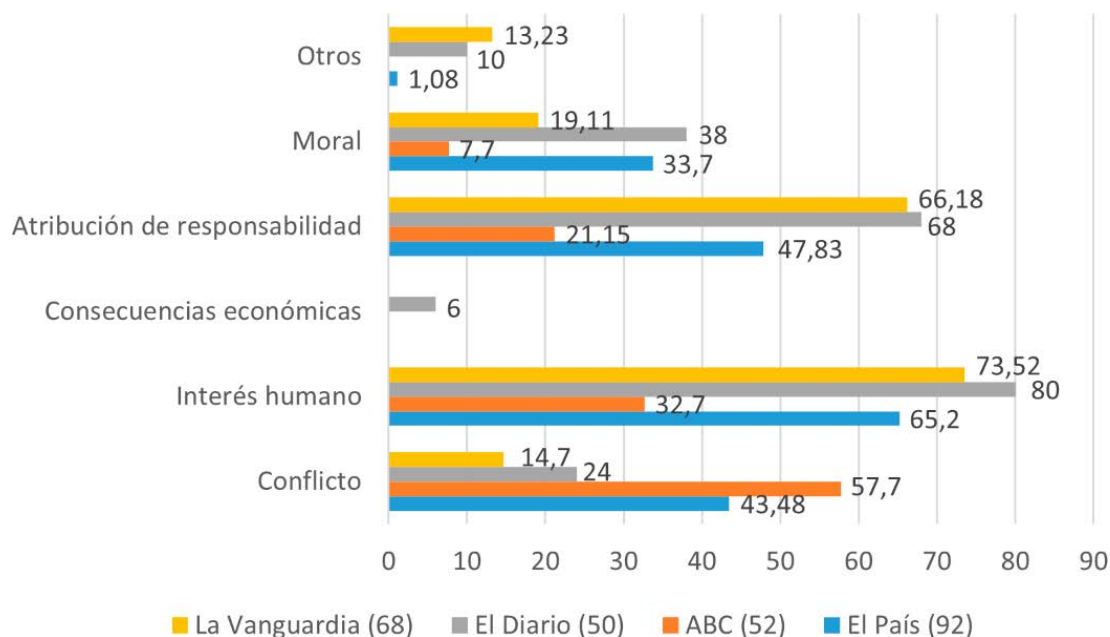
“episódica”; es decir, no indaga en la historia, motivaciones, contexto o desarrollo del movimiento ecologista sino que, por el contrario, reduce su retrato a acciones aisladas en momentos puntuales. Los diarios progresistas tienden a desplegar algo más la información sobre ambos movimientos. El medio que más piezas temáticas publica es *Eldiario.es* (56%), seguido de *El País* (47%), y se observa una diferencia acentuada con respecto a los periódicos conservadores, que, en ningún caso, superan el 30% de las noticias: 28% en el caso de *La Vanguardia* y 23% en el de *ABC*.

Excepto en el caso de *El País*, los otros tres diarios inciden más en la cobertura de las protestas que en sus causas o demandas. Por su parte, *Eldiario.es* tiende a retratarlas como “reacción” juvenil y creada expresamente en respuesta a la crisis climática (50%), de la cual se da una imagen idealizada en el 52% de los casos. Estos *frames* también coinciden en *La Vanguardia*: 40% y 52% respectivamente, lo que conduce a pensar que los medios tienden a retratar al movimiento como una expresión de rebeldía adolescente, con cierta infantilización, a pesar de que muchos de sus componentes no son tanto estudiantes de instituto como jóvenes universitarios, nuevos profesionales y personas de diferentes edades. Por su parte, las informaciones de *El País* suelen conectar el movimiento a un contexto global de luchas y al carácter internacionista tanto de las propias plataformas como de sus reivindicaciones (valor “lo global frente a lo local”) -contracumbres climáticas y convocatorias mundiales de huelga- (84%), a una “reacción juvenil” (62%) y a Greta Thunberg como un ejemplo a seguir en un 46% de las piezas. *ABC* también insiste en lo global frente a lo local en un 46% de las publicaciones, mientras que el *frame* de Greta Thunberg como ejemplo a seguir es inexistente en este medio.

**Gráfico 2.** *Frames* de los movimientos sociales juveniles por el cambio climático (en números absolutos)



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 3.** Presencia de los *frames* de Semetko y Valkenburg

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con las variables de Semetko y Valkenburg (2000), *El País* destaca el interés humano como motivación de las organizaciones (65,2%), la atribución de responsabilidad (47,83%) y el conflicto generado por las diferentes movilizaciones (43,48%). El conflicto es la variable más frecuente de *ABC* (57,7%). Así, por ejemplo, el 7 de octubre una de las noticias publicadas por *ABC* se centra únicamente en las detenciones a activistas de Extinction Rebellion, con el siguiente titular: “Detenidos treinta activistas por el clima por cortar el puente de Nuevos Ministerios”<sup>9</sup>, sin profundizar en las razones y demandas de sus protestas. Tanto *Eldiario.es* como *La Vanguardia* coinciden en el énfasis en el interés humano (80% y 73,52%), así como en la atribución de responsabilidad (respectivamente, 68% y 66,18%). Ejemplo de este tratamiento es una noticia del 14 de marzo de *Eldiario.es*, en la que se ofrece el testimonio de un activista: “A los mayores ya nos está salpicando, pero los efectos más gordos y visibles lo van a

sufrir las generaciones que tienen menos de 30 años. A ellos les afectará directamente”<sup>10</sup>.

En lo relativo a la atribución de responsabilidades, los cuatro medios apuntan a los políticos; en segundo lugar, responsabilizan a las empresas; y, en tercero, a la ciudadanía. No obstante, los porcentajes varían notablemente según el medio y destacan las diferencias de la atribución a políticos (95%) y empresas (33%) de *El País*, frente a la escasa atribución de responsabilidades a empresas (12%) en el caso de dos diarios de línea editorial tan distinta como *ABC* y *Eldiario.es*.

En lo que se refiere a la información sobre el cambio climático, parece que su tratamiento en tanto que catástrofe global y amenaza para el ser humano y la tierra el Planeta es el *frame* más frecuente en todos los medios, aunque con diferencias sustanciales entre los mismos. Es más común en los diarios progresistas (65 piezas, o el 70,65% de las noticias de *El País* y 37 menciones en el caso de *Eldiario.es*), que en *ABC* (18

**Tabla 4.** Porcentaje de atribución de responsabilidades por medio

Medio	Políticos	Empresas	Ciudadanía
El País	95%	33%	15%
ABC	58%	12%	4%
Eldiario.es	74%	12%	6%
La Vanguardia	59%	19%	9%

Fuente: Elaboración propia.

<sup>9</sup> “Detenidos treinta activistas por el clima por cortar el puente de Nuevos Ministerios”. 7 de octubre de 2019. [https://www.abc.es/espana/madrid/abc-detenido-activistas-clima-cortar-puente-nuevos-ministerios-201910071130\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/madrid/abc-detenido-activistas-clima-cortar-puente-nuevos-ministerios-201910071130_noticia.html)

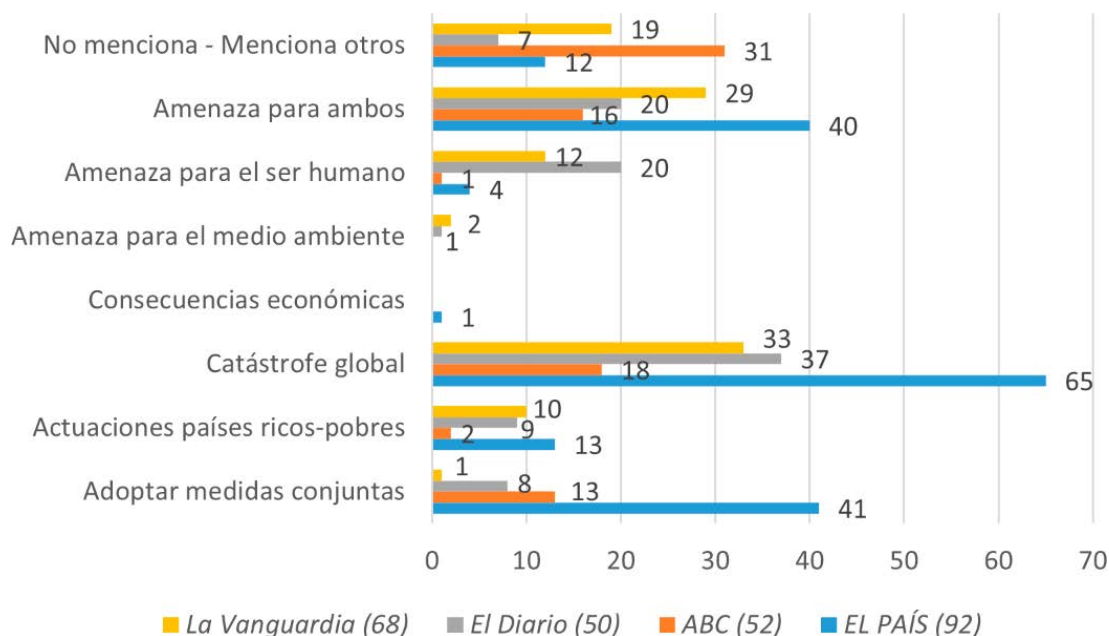
<sup>10</sup> “Huelga por el clima: el movimiento ecologista busca el relevo generacional”. 14 de marzo de 2019. [https://www.eldiario.es/andalucia/huelga-clima-movimiento-ecologista-generacional\\_1\\_1650148.html](https://www.eldiario.es/andalucia/huelga-clima-movimiento-ecologista-generacional_1_1650148.html)



piezas, 34,60%) y, a mayor distancia, *La Vanguardia* (33 piezas, 48,50%). Entre los *frames* menos mencionados, encontramos las consecuencias económicas de la crisis climática, con sólo un 1,09% de la cobertura de *El País*; y su rol como amenaza exclusiva para el medio ambiente y no tanto para el ser humano,

que sobresale en el 2% de las noticias de *Eldiario.es* y en el 2,94% en *La Vanguardia*. De este último medio también destacamos que es el que menos menciona las medidas sugeridas por los movimientos ecologistas que se podrían adoptar, con sólo un 1,50% de las piezas informativas.

**Gráfico 4.** *Frames* del cambio climático en números absolutos



Fuente: Elaboración propia.

Greta Thunberg recibe una valoración mayoritariamente positiva en todos los medios, a excepción de *ABC*, que se mantiene neutral en el 77,77% de los casos (“Greta Thunberg: ‘Estamos al inicio de una extinción masiva y de lo único que habláis es de dinero’”)<sup>11</sup> y llega a ser negativa en el 17,77% (“Lisboa dice adiós al ‘show’ de Greta”)<sup>12</sup> (“Boyan Slat, el joven que lucha realmente contra el cambio climático” frente a Thunberg, quien se desprende que no lo hace)<sup>13</sup>. *La Vanguardia* valora negativamente a la activista en un porcentaje muy bajo (el 3,50% de las noticias) y se mantiene neutral en el 40,35%. *El País* es el diario que más se divide entre la estimación positiva (51,28%) (“El viaje de Greta Thunberg al ‘lado correcto de la historia’”)<sup>14</sup> y neutra (48,72%) (“Greta Thunberg: ‘Queremos acción real y hasta

ahora no hemos conseguido nada”)<sup>15</sup>, mientras que *Eldiario.es* muestra una posición favorable a la activista en el 80,49% de las ocasiones. Casi todas las piezas analizadas inciden en su papel como representante de la juventud (“Greta Thunberg se rodea de jóvenes indígenas para darles visibilidad”, en *El País*)<sup>16</sup> y en las acciones que adopta, por ejemplo, representando a los jóvenes en las asambleas de la ONU. No obstante, también se observa a veces cierto tratamiento caricaturesco o en exceso simplificador de sus intervenciones, acciones y discursos (“Una parroquia luterana considera a Greta Thunberg la ‘sucesora de Cristo’”, en *ABC*)<sup>17</sup>. No encontramos noticias que atiendan a la organización horizontal y acéfala de ambos movimientos. Por el contrario, los medios buscan la identificación y personalización de las protestas en la figura de Greta, que cuenta con un gran atractivo mediático en razón de su edad e incluso de su síndrome de asperger, que en algún caso se

<sup>11</sup> “Greta Thunberg: ‘Estamos al inicio de una extinción masiva y de lo único que habláis es de dinero’”. 23 de septiembre de 2019. [https://www.abc.es/sociedad/abci-greta-thunberg-estamos-inicio-extincion-masiva-y-unico-hablais-dinero-201909231818\\_noticia.html](https://www.abc.es/sociedad/abci-greta-thunberg-estamos-inicio-extincion-masiva-y-unico-hablais-dinero-201909231818_noticia.html)

<sup>12</sup> “Lisboa dice adiós al ‘show’ de Greta”. 6 de diciembre de 2019. [https://www.abc.es/sociedad/abci-lisboa-dice-adios-show-greta-201912052212\\_noticia.html](https://www.abc.es/sociedad/abci-lisboa-dice-adios-show-greta-201912052212_noticia.html)

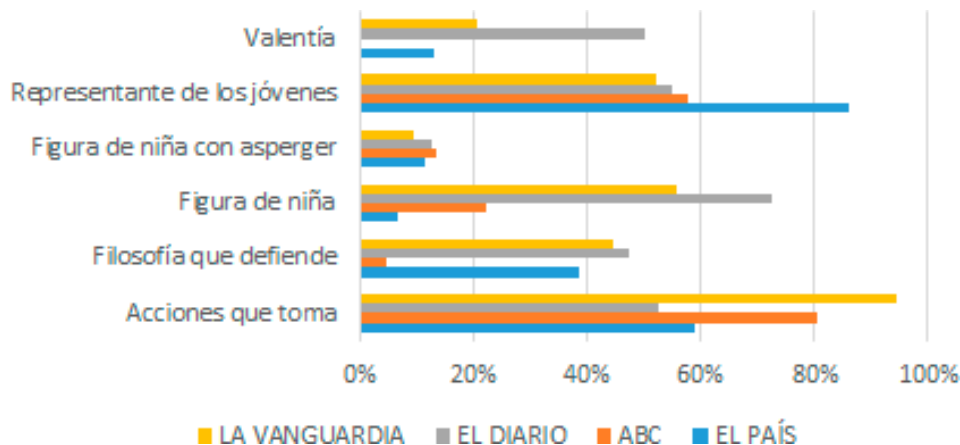
<sup>13</sup> “Boyan Slat, el joven que lucha realmente contra el cambio climático”. [https://www.abc.es/economia/abci-boyan-slat-joven-lucha-realmente-contra-cambio-climatico-201912051732\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-boyan-slat-joven-lucha-realmente-contra-cambio-climatico-201912051732_noticia.html). 5 de diciembre de 2019.

<sup>14</sup> “El viaje de Greta Thunberg al ‘lado correcto de la historia’”. 3 de diciembre de 2019. [https://elpais.com/sociedad/2019/12/03/actualidad/1575399132\\_321366.html](https://elpais.com/sociedad/2019/12/03/actualidad/1575399132_321366.html)

<sup>15</sup> “Greta Thunberg: ‘Queremos acción real y hasta ahora no hemos conseguido nada’”. 7 de diciembre de 2019. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/12/06/economia/1575638983\\_705612.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/12/06/economia/1575638983_705612.html)

<sup>16</sup> “Greta Thunberg se rodea de jóvenes indígenas para darles visibilidad”. 9 de diciembre de 2019. [https://elpais.com/sociedad/2019/12/09/actualidad/1575882651\\_234984.html](https://elpais.com/sociedad/2019/12/09/actualidad/1575882651_234984.html)

<sup>17</sup> “Una parroquia luterana considera a Greta Thunberg la ‘sucesora de Cristo’”. 1 de octubre de 2019. [https://www.abc.es/sociedad/abci-parroquia-luterana-considera-greta-thunberg-sucesora-cristo-201910010122\\_noticia.html](https://www.abc.es/sociedad/abci-parroquia-luterana-considera-greta-thunberg-sucesora-cristo-201910010122_noticia.html)

**Gráfico 5.** Frames de representación de Greta Thunberg

Fuente: Elaboración propia.

menciona (“Greta Thunberg responde a las críticas: ‘Ser diferente es un superpoder’”, en *ABC*)<sup>18</sup>. Aunque el funcionamiento y organización del movimiento no se retratan en los medios, las cabeceras suelen destacar con cierta frecuencia la filosofía que Greta Thunberg defiende, a excepción de *ABC*. En otro orden de cosas, periódicos como *Eldiario.es* se muestran muy favorables a sus acciones, de las que se enfatiza su valentía (en el 50% de las ocasiones), pero también su figura infantil (en el 72,50% de sus noticias). Por su parte, *La Vanguardia* enfatiza su figura de niña en el 55,56% de las piezas, y este marco no es de especial relevancia en *ABC* (22,22%). Su condición de asperger apunta a cierta caricaturización de la joven. Sin embargo, son sólo dos los periódicos que hacen especial hincapié en este aspecto, mencionado en el 12,50% de la cobertura de *Eldiario.es* y en el 9,20% de *La Vanguardia*.

Lo que más se aprecia es una espectacularización del personaje de Thunberg en torno al mes de diciembre. Los medios con una línea editorial más conservadora aumentan las noticias relativas a la joven, personalizando en ella a todo el movimiento ecologista y mostrando algunas de sus acciones, como la propia llegada en barco de Greta Thunberg a Madrid como símbolo del rechazo a los aviones por su alta tasa de contaminación. El 4 de diciembre encontramos, por ejemplo, el siguiente titular en *ABC*: “Iberia contesta a Greta: «En trayectos de más de 1.500 km no hay alternativa al avión»”<sup>19</sup>. La noticia da una imagen excéntrica de Thunberg e ignora por completo su vinculación con los movimientos ecologistas y sus proclamas. Procedente de Estados Unidos, la activista llegó en catamarán a Lisboa. Desde esta primera parada antes de llegar a España, la espectacularidad en el tratamiento no hizo más que aumentar. El 6 de diciembre, por ejemplo, *La Vanguardia* publicó una noticia sobre el coche que Thunberg utilizaría en Madrid<sup>20</sup>. Al igual que en el caso anterior, no hay ningún tipo de información acerca de la crisis climática ni de las proclamas o repertorios de protesta de Thunberg, ni tan siquiera cuando se está llevando a cabo la COP25 y se recogen propuestas de diferentes partidos políticos.

A propósito de este evento, es pertinente destacar que, en aquellas noticias en las que se lo menciona, se observa un tratamiento informativo mayoritariamente neutro. Sólo se aprecia un tratamiento negativo en el 18,52% de la cobertura de *El País* y, a más distancia, en el 3,85% de *La Vanguardia*. Adicionalmente, las protestas de los movimientos tampoco tienen una especial aprobación, y son percibidas de manera neutra en la gran mayoría de las ocasiones. *Eldiario.es* es el único medio que da un apoyo más contundente, al evidenciar un tratamiento positivo en el 86,67% de las noticias. El único tratamiento negativo destacable es el de *ABC*, en el 31% de su cobertura.

## 5. Conclusiones

Durante 2019, la cobertura del cambio climático en los medios creció al albur de las protestas ambientalistas y situó a los/as jóvenes como fuentes y protagonistas de muchas informaciones. Las movilizaciones contaron con una imagen más positiva y contextualizada en los medios autodefinidos como progresistas, que también superaron a los conservadores a la hora de retratar su filosofía e ideario político. El caso de Fridays for Future es paradigmático de este tipo de tratamiento. A principios de 2019, periódicos como *Eldiario.es* comenzaron a informar sobre su filosofía. Sin embargo, a medida que crecía en popularidad, la cobertura pasó a estar cada vez más personalizada en

<sup>18</sup> “Greta Thunberg responde a las críticas: ‘Ser diferente es un superpoder’”. 2 de septiembre. [https://www.abc.es/sociedad/abci-greta-thunberg-responde-criticas-diferente-superpoder-201909021109\\_noticia.html](https://www.abc.es/sociedad/abci-greta-thunberg-responde-criticas-diferente-superpoder-201909021109_noticia.html)

<sup>19</sup> “Iberia contesta a Greta: «En trayectos de más de 1.500 km no hay alternativa al avión»”, 4 de diciembre de 2019. [https://www.abc.es/economia/abci-iberia-contesta-greta-trayectos-mas-1500-no-alternativa-avion-201912041746\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-iberia-contesta-greta-trayectos-mas-1500-no-alternativa-avion-201912041746_noticia.html)

<sup>20</sup> “Seat Mii, el coche de Greta Thunberg en Madrid”. 6 de diciembre de 2019. <https://www.lavanguardia.com/economia/20191206/472072251563/greta-thunberg-madrid-cop25-seat-mii-electric.html>

la figura de Greta Thunberg, cuyas acciones pesaron más que sus reivindicaciones y proclamas, en especial en los medios conservadores. Por su parte, la retórica neutral de periódicos como *La Vanguardia* respecto al movimiento ecologista no se debe tanto a una posición ideológica como al frecuente recurso a las notas de prensa y a la falta de cobertura por periodistas especializados, una variable que no ha sido abordada en este trabajo pero que podría ser desentrañada en posteriores investigaciones.

Aunque todos los medios demostraron una posición bastante favorable a Fridays for Future y a Extinction Rebellion, el apoyo más contundente recayó en el primero, al que se atribuye un carácter de rebeldía juvenil, pero amable y personalizado en la figura de Greta Thunberg. No obstante, y con independencia de la línea editorial, el programa político de estos movimientos fue bastante ignorado. En su lugar, todos los medios intentaron despertar el interés de la audiencia mediante una apelación constante a la novedad, exotividad, juventud y rebeldía de Greta, lo que implica cierto paternalismo e idealización romántica de la juventud y sus movimientos. Asimismo, Greta fue representada como una auténtica *celebrity* a la que atribuye legitimidad en el discurso político y medioambiental (Lester, 2006: 908, 918), pese a que raramente se retrataron sus palabras o el programa político que abanderara. Dicha posición no carece de riesgos, sobre todo cuando estas figuras dejan de ser percibidas como sinceras por el público o cuando dejan de comunicar ciertas temáticas con la complejidad necesaria (Jeffreys, 2016; Olmedo, 2020). Por su parte, el hecho de no contar con un portavoz visible limitó sustancialmente

el número de piezas que cubrieron las acciones performativas de Extinction Rebellion, en las que destacó un tratamiento en exceso dramático y conflictivo, cuando no cierta asimilación a un movimiento menor, demasiado artístico y airado, o incluso ajeno a nuestras preocupaciones territoriales. En cualquier caso, ambos colectivos se perciben como movimientos internacionistas -más que como organizaciones centradas en ciertos problemas situados- y creados como una respuesta específicamente juvenil frente al cambio climático. En relación con esto último también se sitúan la atribución de responsabilidades y soluciones por parte de los medios, que tendió a centrarse en exceso en la ciudadanía más que en la responsabilidad política o empresarial, que apenas se citaba en las piezas, y esto independientemente de la línea editorial del medio analizado.

Por último, la COP 25 de Madrid fue el momento de mayor frecuencia en la cobertura, lo que explica que los picos informativos se corresponden con eventos institucionales y acciones de protesta. No obstante, el carácter pedagógico de los medios frente al cambio climático se ha visto limitado al cubrir el movimiento ambientalista juvenil. Es decir, la cobertura pecó a veces de un tratamiento demasiado personalista, exótico y, sobre todo, desviado de las preocupaciones científicas y medioambientales. Además, se abusó de los enfoques anecdóticos y de interés humano, lo que nos hace pensar que el imaginario de ciertos medios en relación con el cambio climático aún se asocia a la cobertura descontextualizada y anecdótica que prima en las conocidas como noticias blandas y de interés humano (Glogger y Otto, 2019).

## 6. Referencias bibliográficas

- Alonso-González, M. (2021). Televisión y medioambiente: la cobertura de la Cumbre del Clima de Madrid en los informativos de Antena 3, Telecinco y TVE. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 53, 161-184. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i53.09>
- Arcila, C., Freyle, J., & Mercado, M.T. (2015). De la Cumbre de Nairobi (2006) a Copenhage (2009): cobertura del cambio climático en medios digitales en español. *Cuadernos.info*, 37, 107-119. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.37.779>
- Beck, U. (1995). *Ecological Politics in an Age of Risks*. Polity Press.
- Bergmann, Z., & Ossewaarde, R. (2020). Youth climate activists meet environmental governance: ageist depictions of the FFF movement and Greta Thunberg in German newspaper coverage. *Journal of Multicultural Discourses*, 15(3), 267-290. <https://doi.org/10.1080/17447143.2020.1745211>
- Carson, R. (1962). *Silent spring*. Houghton Mifflin.
- de Moor, J., Catney, P., & Doherty, B. (2021b). What hampers 'political' action in environmental alternative action organizations? Exploring the scope for strategic agency under post-political conditions. *Social Movement Studies*, 20(3), 312-328. <https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1708311>
- de Sola Pueyo, J. (2020). Más política y Greta que ciencia y oenegés: los protagonistas de la Cumbre del Clima de Madrid según la radio española. *ZER*, 25(48). <https://doi.org/10.1387/zer.21412>
- Diani, M. (1995). *Green Networks. A structural analysis of the Italian environmental movement*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Eurobarometer (2020). *Attitudes of Europeans towards the Environment*. <https://bit.ly/3K96pVr>
- Evensen, D. (2019). The rhetorical limitations of the #FridaysForFuture movement. *Nature Climate Change*, 9(6), 428-430. <https://doi.org/10.1038/s41558-019-0481-1>
- Feixa, C., Nofre, J., & Sánchez García, J. (2014). Del altermundialismo a la indignación: cronotopos del activismo juvenil en Barcelona. *Nueva Sociedad*, 251, 87-99

- García Herrero, I., & Vicente Torrico, D. (2021). Cambio climático e imagen fotoperiodística: evolución de su representación gráfica en el diario El País. *adComunica*, 22, 141-162. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.8>
- Glogger, I., & Otto, L.P. (2019). Journalistic views on hard and soft news: Cross-validating a popular concept in a factorial survey. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 811-829. <https://doi.org/10.1177%2F1077699018815890>
- Iyengar, S. (1991). American politics and political economy series. Is anyone responsible? How television frames political issues. En *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226388533.001.0001>
- Jeffreys, E. (2016). Translocal celebrity activism: Shark protection campaigns in mainland China. *Environmental Communications*, 10, 763-776. <https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1198822>
- Jiménez Tovar, M.S. (2021). El discurso y su influencia en los medios. Análisis de resultados del discurso ambientalista. *Revista Política Globalidad y Ciudadanía*, 66-92. <https://doi.org/10.29105/pgc7.13-3>
- Kühne, R. W. (2019). Climate Change: The Science Behind Greta Thunberg and Fridays for Future. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2n6kj>
- Lázaro, L., González, C., & Escribano, G. (2019). *Los españoles ante el cambio climático. Apoyo ciudadano a los elementos, instrumentos y procesos de una Ley de Cambio Climático y Transición Energética*. Real Instituto Elcano.
- Lester, L. (2006). Lost in the wilderness? Celebrity, protest and the news. *Journalism Studies*, 7(6), 907-921. <https://doi.org/10.1080/14616700600980686>
- Mansfield, F. (2020). Rebel for life: Extinction Rebellion's approach to the climate crisis. *Medicine, Conflict and Survival*, 36(4), 375-382. <https://doi.org/10.1080/13623699.2020.1848566>
- Martínez-Nicolás, M., Humanes, M.L., & Saperas-Lapiedra, E. (2014). La mediatización de la política en el periodismo español. Análisis longitudinal de la información política en la prensa de referencia. *Tripodos*, 34, 41-59. <https://bit.ly/3aNRqN2>
- Meadows, D.L. et al. (1972). *The limits to growth. A report to the Club of Rome*. Universe.
- Melucci, A. (1994). ¿Qué hay de nuevo en los 'nuevos movimientos sociales'? En E. Laraña & J. Gusfield (Coord.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad* (pp. 119-150). CIS.
- Mkono, M., Hughes, K., & Echentille, S. (2020). Hero or villain? Responses to Greta Thunberg's activism and the implications for travel and tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(12), 2081-2098. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1789157>
- Olmedo, A. et al. (2020). A scoping review of celebrity endorsement in environmental campaigns and evidence for its effectiveness. *Conservation Science and Practice*, 2(10), e261. <https://doi.org/10.1111/csp.2261>
- Rivas-de-Roca, R. (2020). La configuración del fenómeno ecologista# FridaysForFuture como proceso de opinión pública digital en España. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6, 79-100. <http://dx.doi.org/10.7203/rd.v1i6.162>
- Rodríguez, R., Peña, P., & Sáez, C. (2014). Crisis y cambio social en Chile (2010-2013): el lugar de los medios de los movimientos sociales y de los activistas digitales. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 12(24), 71-93.
- Rodríguez Guerrero, M., & Barrera Algarín, E. (2020). La criminalización de los movimientos sociales en la disputa por el espacio mediático: el conflicto de Gamonal. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 86, 29-50. <https://bit.ly/3ADrmV7>
- Rovira-Sancho, G. (2013). Activismo mediático y criminalización de la protesta: medios y movimientos sociales en México. *Convergencia*, 20(61), 35-60. <https://bit.ly/3AB2JZo>
- Ryalls, E. D., & Mazzarella, S. R. (2021). Famous, beloved, reviled, respected, feared, celebrated: Media construction of Greta Thunberg. *Communication, Culture and Critique*, 14(3), 438-453. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcab006>
- Rucht, D. (2004). The quadruple 'A': media strategies of protest movements since the 1960s. En W. van de Donk, B.D. Loader, P.G. Nixon & D. Rucht (eds.), *Cyberprotest: new media, citizens, and social movements* (pp. 29-56). Routledge.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sola-Morales, S. (2019). Videoactivism and Construction of Mediatic Identities, Youtube and# YoSoy132. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 18(35), 19-38. <https://doi.org/10.22395/angr.v18n35a2>
- Svampa M. (2020). ¿Hacia dónde van los movimientos por la justicia climática? *Nueva Sociedad*, 286, 107-121.
- Tarrow, S. (1992). Mentalities, political cultures, and collective action frames: constructing meanings through action". En A.D. Morris y C. McClurg Mueller (eds.), *Frontiers in Social Movement Theory* (pp. 174-202). Yale University Press.
- Teso, G. (2021). Los movimientos juveniles ante la emergencia climática y la comunicación del cambio climático. En D. Rodrigo-Cano, R. Mancinas-Chávez & R. Fernández-Reyes (eds.), *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío* (pp. 54-120). Dykinson.
- Teso, G. y Fernández-Reyes, R. (2020). Las imágenes de las movilizaciones climáticas juveniles en la prensa y la televisión en España. *HALAC*, 10(3), 108-149. <https://doi.org/10.32991/2237-2717.2020v10i3.p108-149>
- Turner, E. (2004). *Understanding Celebrity*. Sage

**Ane Amondarain** estudia Periodismo y Humanidades en la Universidad Carlos III de Madrid. Ha colaborado como periodista freelance en Revista Contexto y Acción (Ctxt), El Salto y Jacobin América Latina. Sus ámbi-

tos de cobertura son los movimientos sociales, los activismos y la información con perspectiva de género. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6335-3450>

**Alejandro Barranquero** es profesor e investigador en la Universidad Carlos III de Madrid. Sus investigaciones exploran la relación entre comunicación, movimientos sociales y procesos de transición ecosocial. Es miembro de RICCAP ([www.riccap.org](http://www.riccap.org)), del grupo MDCS (<https://www.ucm.es/mdcs>) y director del Proyecto I+D SOSCom. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9264-9389>

**Adhik Arrilucea** estudia Periodismo y Humanidades en la Universidad Carlos III de Madrid. Ha colaborado en medios digitales como Argia, El Salto, Público y Berria. Ha cubierto información generalista, pero sus intereses se centran en la política nacional e internacional, así como en los movimientos sociales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7345-8771>