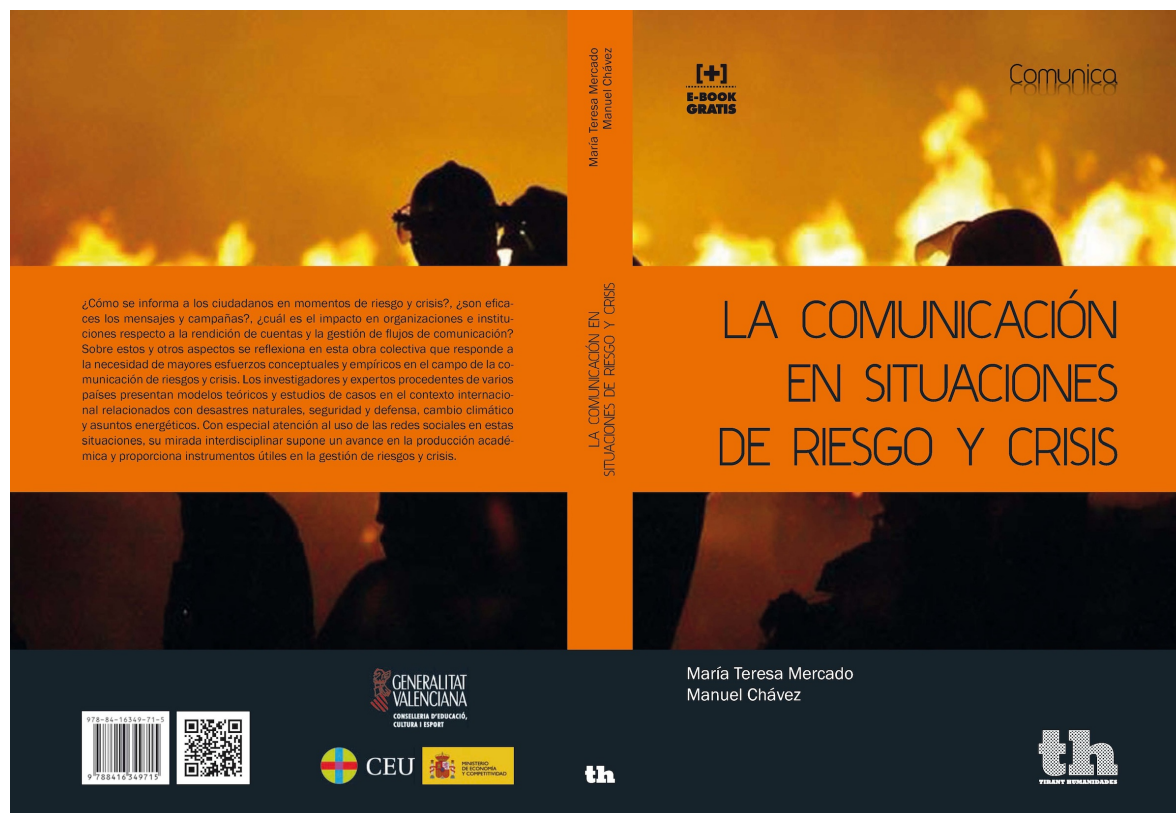


MERCADO, M.T. y CHÁVEZ, M. (2016): *La comunicación en situaciones de riesgo y crisis*. Valencia, Tirant Humanidades.



¿Cómo se informa a los ciudadanos en situaciones de riesgo y crisis?, ¿son eficaces los mensajes y campañas?, ¿cuál es el impacto en organizaciones e instituciones respecto a la rendición de cuentas y la gestión de flujos de comunicación? Sobre estos y otros aspectos se reflexiona en esta obra colectiva que responde a la necesidad de mayores esfuerzos conceptuales y empíricos en el campo de la comunicación de riesgos y crisis. Los investigadores y expertos procedentes de varios países presentan modelos teóricos y estudios de casos en el contexto internacional relacionados con desastres naturales, seguridad y defensa, cambio climático y asuntos energéticos. Su mirada interdisciplinar supone un avance en la producción académica y proporciona instrumentos útiles en la gestión de riesgos y crisis.

Del prólogo

La comunicación de riesgos y crisis es uno de los campos emergentes en las ciencias sociales, específicamente en la comunicación y sus áreas de estudio. Mientras que el concepto de comunicación de riesgo se inició en áreas de salud y medioambiente alrededor de 1985, ha sido en los últimos 10 años cuando disciplinas como la Comunicación, las Relaciones públicas y el Periodismo han puesto más atención a las formas y los medios utilizados cuando se difunde información relacionado con las situaciones de riesgo y crisis al público. En Comunicación se ha examinado, principalmente, el proceso utilizado en el

diseño, difusión y recepción de riesgos, especialmente en la salud. Sin embargo, la investigación en Periodismo está preocupándose cada vez más en conocer la manera en la que los medios y las redes sociales presentan esa información de crisis al público. Dentro de la literatura en Relaciones Públicas, la comunicación de crisis se coloca como un área importante para organizaciones e instituciones. Particularmente en los Estados Unidos, interesa cómo las organizaciones o instituciones utilizan la prevención, reconocimiento, preparación, respuesta y procesos de recuperación en casos de crisis. Además, las relaciones públicas ayudan a las organizaciones a tratar con el problema más crítico al que se enfrentan en una crisis: la restauración y reparación de la imagen corporativa o institucional. Especial atención se presta al modo en que las organizaciones se comunican con el público en términos de medios usados y frecuencia, así como en qué tipo de mensajes necesitan ser disseminados, como por ejemplo, los de compasión ante las víctimas y sus familiares o el de la aceptación de responsabilidad.

Los tres campos de estudio de crisis mencionados, Relaciones Públicas, Comunicación y Periodismo, han estudiado los riesgos y las situaciones de crisis en una variedad de plataformas, desde los más tradicionales a los nuevos medios digitales. Cada disciplina tiene su propia perspectiva, metodología y enfoques teóricos, pero los tres se centran esencialmente en objetivos similares: el estudio de cómo los riesgos y las crisis son comunicadas al público en general; la evaluación de la eficiencia de los mensajes y las campañas para preparar a las comunidades en caso de emergencia; el análisis del modo en que los medios proporcionan información a la opinión pública; y cuál es la influencia en organización e instituciones respecto a la rendición de cuentas y la gestión de flujos de comunicación.

RESÚMENES DE CAPÍTULOS

La comunicación de crisis en la era de la globalización y la hibridación.

Andreas Schwarz (Ilmenau University of Technology) ofrece el estado de la cuestión de los estudios centrados en la comunicación estratégica de situaciones de crisis institucionales señalando las posibles líneas de investigación futuras. En el campo de los estudios de comunicación, Schwarz clasifica las aportaciones atendiendo a tres perspectivas de investigación: institucional, técnico-instrumental y simbólico-relacional. Es en esta última donde se enmarcan la mayoría de estudios conducidos por investigadores de la comunicación. La Teoría de la Comunicación y los conceptos provenientes de la Psicología Social, como la Teoría de la Atribución, se han aplicado para identificar las estrategias retóricas de comunicación empleadas por las organizaciones, y para analizar sus efectos en ciertos grupos de afectados o públicos en situaciones de crisis específicas, sin olvidar el impacto de las crisis en el establecimiento y mantenimiento de relaciones entre las organizaciones y el público.

Schwarz repasa la Teoría de la Reparación de la Imagen (*Image Repair Theory*) y la Teoría Situacional de la Comunicación de Crisis (*Situational Crisis Communication Theory*, SCCT en sus siglas en inglés), desarrollada y validada por Coombs y Holladay, que se basa principalmente en la teoría de la atribución, centrada en el interés universal con explicación causal. Schwarz subraya la necesidad de explorar las dimensiones transculturales e internacionales de la comunicación en situaciones de crisis en un contexto en el que las instituciones gubernamentales responsables de la protección ante desastres, control de

enfermedades y terrorismo son cada vez más conscientes de los desafíos que plantea el dirigirse a públicos multiculturales en situaciones crisis domésticas o internacionales. Sin embargo, la mayoría de estudios publicados se limitan al análisis y contextualización de las prácticas de comunicación en situaciones de crisis en esos países.

Aplicación de la Teoría de la Justicia Procedimental a la Comunicación en Situaciones de Crisis.

John C. Besley (Michigan State University) propone el estudio de la aplicación de la Teoría de la Justicia Procedimental a la selección y diseño del mensaje en los casos de comunicación en situaciones de crisis. De esta forma, destaca la utilidad de aplicar una teoría ya validada a nuevos ámbitos, como en opinión pública, en vez de formular nuevas teorías para cada campo específico de la actividad humana. El foco del trabajo se sitúa en el modo en que los investigadores de las situaciones de crisis pueden aplicar la teoría de la equidad y en cómo los profesionales evalúan un aspecto concreto de la comunicación en situaciones de crisis: los mensajes transmitidos tras el incidente.

Al mismo tiempo que Besley defiende el valor potencial de un corpus teórico específico, reconoce también la utilidad de gran parte del trabajo fundacional sobre comunicación en situaciones de crisis, como el que destaca la necesidad de establecer estructuras sólidas con capacidad de reacción y una reputación institucional firme previas a la situación de crisis, y el centrado en la importancia de establecer un plan de comunicación de crisis dentro de un plan más amplio de gestión de crisis y posteriormente dar los pasos necesarios para que el plan pueda implementarse en el hecho real.

La recuperación de la continuidad para la comunicación en la gestión de crisis.

José Luis Piñuel (Universidad Complutense de Madrid) parte de una de las prioridades de las empresas o instituciones públicas tras una crisis: la recuperación de la continuidad de la actividad. Para lograr esta continuidad, es imprescindible que una organización o colectivo tenga claro lo que se debe hacer en cada momento, en cada situación y en cada departamento o sección de la entidad. Para ello, debe existir lo que se ha dado en llamar un Plan de Continuidad de la Actividad (o Plan de Continuidad de Negocio en las entidades con fines de lucro), que se verá presionado a contemplar las vulnerabilidades que amenazan la continuidad, identificando sus roturas posibles y la consiguiente gestión de la recuperación de la continuidad. Piñuel explica cómo implantar este plan de continuidad paso a paso.

Representaciones sociales de la incertidumbre y del riesgo.

Carlos Lozano (Universidad Complutense de Madrid) aborda las representaciones sociales de la incertidumbre y del riesgo producidas por una variedad de discursos que hablan de las rupturas del acontecer, ofreciendo soluciones anticipadas a “lo que sucede” y, sobre todo a “lo que podría suceder”. Lozano describe cómo estas representaciones no sólo se maquinan en las percepciones de cada individuo y de cada grupo, sino también en el vasto espacio de las percepciones sociales a través de los diferentes discursos que elaboran los medios de comunicación social. Este capítulo aclara la construcción (individual y mediática) de las distintas fases (necesarias y suficientes) para delimitar la inestabilidad imprevisible (incertidumbre) y la inestabilidad previsible (riesgo) a través de los discursos (genéricos, hegemónicos y canónicos) relacionados con las discontinuidades del acontecer.

Usos de los medios sociales en riesgos y crisis ambientales.

Bruno Takahashi y Edson Tandoc (Michigan State University) exploran, por un lado, la literatura académica sobre los medios sociales y los riesgos ambientales, las crisis y los desastres. Por otro, presentan un marco teórico para el estudio del uso de estos nuevos medios puesto que la mayoría de los estudios que examinan la intersección entre ellos y las crisis ambientales se refieren al papel de estos medios en la comunicación institucional. Esta perspectiva se centra en la manera en que los comunicadores públicos utilizan, o deberían utilizar, los medios de comunicación social en circunstancias que involucran riesgos o crisis, poniendo un fuerte énfasis en las recomendaciones y mejores prácticas desde la perspectiva de las relaciones públicas.

Sin embargo, los autores defiende que existe una necesidad similar de entender el uso de medios sociales desde la perspectiva de la audiencia. Fuentes y plataformas de comunicación e información no tradicionales, como *Twitter*, se han vuelto prominentes en situaciones de crisis. Conociendo el uso de los medios sociales podrán documentarse las estrategias eficaces e ineficaces de difusión de información. La comprensión de estos patrones puede ser útil en futuras respuestas que se adapten de mejor manera a las necesidades de las comunidades en busca no sólo de ayuda física, sino también de la asistencia emocional en tiempos extremadamente difíciles e inciertos. Con este estudio, Takahashi y Tandoc esperan proporcionar alguna orientación a los futuros investigadores que quieran estudiar la forma en la que los individuos están utilizando las redes sociales en estos contextos.

La confiabilidad del apoyo documental en situaciones de emergencia en los medios sociales.

Blanca Nicasio y Elvira García de Torres (Universidad CEU Cardenal Herrera) examinan las condiciones de confiabilidad que proporciona el apoyo documental en situaciones de emergencia en los medios sociales, en el contexto teórico del texto que cerraba la primera parte. Las autoras además de ofrecer una contextualización de la investigación acerca del papel de los medios digitales y las redes sociales en situaciones de crisis y emergencia, analizan la actividad de los ciudadanos en un interesante caso de difusión de información falsa por la alerta de la cercanía de un incendio a una central nuclear, Cofrentes, próxima a la ciudad de Valencia (España). Concretamente se estudian los problemas de verificación y el uso de las fuentes documentales en la difusión de información en el hashtag #ardevalencia, en el que ciudadanos, activistas, fuentes oficiales y periodistas comparten mensajes relativos a la catástrofe en julio de 2012. Las autoras confirman la escasa comprobación de la veracidad por parte de los usuarios y la interesante presencia de emociones como el odio. Entre otros aspectos, destacan el protagonismo de los organismos oficiales en situaciones de crisis como fuente de información; de ahí que la comunicación institucional deba cambiar sus rutinas para adaptarse a un ciclo de comunicación de 24 horas.

La comunicación de crisis en el área de seguridad y defensa.

El capítulo 7 recoge una completa revisión del estado de la cuestión, método y claves de la cultura organizacional en gestión de crisis comunicativas en el área de seguridad y defensa, desde la doble perspectiva profesional y académica. Los militares **Alfredo Campo, Juanjo Crespo, Rubén Latorre** y la profesora **Elvira García de Torres (Universidad CEU**

Cardenal Herrera) presentan las líneas de acción que se llevan a cabo en una oficina de comunicación en el marco de las operaciones de la OTAN, teniendo en cuenta que la organización no interviene solo en conflictos armados sino en operaciones de prevención de conflictos, humanitarias y de pacificación.

Estas acciones se desarrollaron durante el ejercicio *Trident Jaguar 14* llevado a cabo en mayo de 2014 tras el que el Cuartel General Terrestre de Alta Disponibilidad (GGTAD) de la OTAN, ubicado en Bétera (Valencia, España) obtuvo la certificación como Cuartel General de una Fuerza Conjunta. Los autores exponen a modo de conclusión ocho valiosas lecciones en relación a la incorporación de los medios sociales en el ejercicio, una novedad y una necesidad en el escenario comunicativo actual. Muy interesante es tomar nota de que no se puede hablar de las redes sociales en general en la gestión de una crisis puesto que cada plataforma cumple una función. Asimismo, los autores presentan diez tipos de ‘tormentas digitales’ específicas en el área de seguridad y defensa. Concluyen que es necesario un conocimiento profundo de la estructura y funcionamiento de los medios sociales en la gestión de las crisis desde el punto de vista comunicativo

Crisis políticas y gestión de la comunicación.

Francisco J. Paniagua (Universidad de Málaga) y **Alba Alonso** abordan las crisis políticas y por ello, se acota en primer término el concepto explicando las similitudes con las crisis en otros ámbitos y sobre todo, las diferencias, al tratarse la política de una noción compleja, con múltiples significados e interpretaciones y que determina el tipo de sociedad en el que vivimos. Paniagua y Alonso repasan algunos casos de crisis políticas y su gestión por parte de los partidos políticos o las instituciones que se enfrentan a ellas, y en concreto, se detienen en el estudio de la gestión de la comunicación en la crisis del caso Bárcenas, desde el punto de vista del área de comunicación de PP y PSOE y de los periodistas que firmaron la mayoría de las informaciones en los diarios *El País* y *El Mundo*. El caso Bárcenas, idóneo para estudiar la gestión de la comunicación en una crisis política, según los autores, recoge además algunos episodios que definen perfectamente cómo suele ser la política comunicativa de las organizaciones políticas en una situación crítica. La aportación de Paniagua y Alonso concluye con ocho conclusiones que se acompañan con ocho propuestas concretas para mejorar la eficacia de la comunicación política en situaciones de crisis.

La comunicación de las Administraciones Públicas en España en situaciones catastróficas o de emergencia.

El Coronel del Ejército de Tierra **Ángel Ibáñez** analiza si la Administración Pública, que por imperativo legal debe desempeñar la función de informar en situaciones de crisis de la más diversa índole, cumple esta misión cubriendo las necesidades comunicacionales de los diferentes grupos sociales. La investigación parte de que un sistema de gestión de catástrofes y emergencias eficaz debe abordar la respuesta a estas situaciones desde tres ámbitos distintos pero complementarios: la estructura de dirección de la respuesta a la emergencia, la transmisión de datos y la información/comunicación a la población. Por ello, junto al estudio del marco legal en la materia, Ibáñez expone el análisis comunicacional de un caso concreto, el terremoto ocurrido en Lorca (Murcia) en 2011 y los resultados de una encuesta complementada con entrevistas en profundidad con los directores de comunicación de diferentes organismos relacionados con la gestión de emergencias. El autor concluye afirmando que la gestión de la comunicación/información pública en

situaciones de catástrofe, crisis o emergencias, en la Administración Pública española no está bien regulada. De nuevo, se apela a la especialización de los funcionarios encargados de la comunicación en situaciones de emergencias. El autor indica que único caso bien reglamentado es el de la seguridad nuclear, precisamente el asunto que se trata en el capítulo siguiente.

Funciones de los medios en la preparación en casos de emergencia nuclear en el Medio Oeste de Estados Unidos

Manuel Chávez y Tsiyoshi Oshita (Michigan State University) exponen su análisis de cómo centrales nucleares de Estados Unidos presentan información sobre preparación en casos de emergencias a la población en comunidades cercanas a esas centrales. Específicamente los autores se concentran en tres plantas nucleares localizadas en el estado de Michigan (Cook, Pallasides, y Fermi). Los autores examinan en el capítulo 10 cómo los medios sociales son usados por las centrales y como los periódicos reportan no solo las actividades de las centrales sino las etapas y secuencias a seguir en casos de emergencia nuclear. Chávez y Oshita demuestran que las centrales y los medios no están proporcionando información constante y sistemática sobre la preparación en casos de emergencia. Ello, a pesar de que la Comisión reguladora federal de energía nuclear de los Estados Unidos (NRC), la Agencia Federal para Atención de Emergencias y la Comisión de energía nuclear de Naciones Unidas establecen requisitos y reglas claras sobre cómo informar al público sobre la preparación en caso de una emergencia nuclear. Así mismo, estas agencias detallan el papel de los medios y los pasos de coordinación entre las centrales nucleares y los medios.

Los autores ponen en evidencia, a través del análisis de contenido, cómo solo dos centrales nucleares, Cook y Pallasides, mantienen páginas en los medios sociales con contenido limitados, escasos, y sin actualización. Fermi no utiliza los medios sociales para relacionarse con las comunidades cercanas ni con sus consumidores. Además, los folletos que son distribuidos directamente a los ciudadanos por las centrales nucleares carecen de claridad de lectura y no están traducidos al español, en áreas donde existen una población extensa de hispanos que no dominan el idioma inglés.

El riesgo del cambio climático en la prensa española.

Ángela de Rueda (Suffolk University) se ocupa en este capítulo en conocer cómo los medios, en este caso los principales diarios españoles, enfocan la negociación climática en las Cumbres anuales para comprobar en qué medida se destacan los riesgos frente a las soluciones. La autora comprueba que el encuadre riesgo es el segundo más habitual, después del que destaca el conflicto y la estrategia política. Se alerta de los impactos del cambio climático y se hace una llamada a la adopción de acciones precautorias y actuar con urgencia. De este modo, se observa una considerable tendencia, ya constatada por otros autores, a centrarse en los efectos más dramáticos del cambio climático.

Gestión de Emergencias y conciencia comunitaria ante la subida del nivel del mar en Florida.

Juliet Pinto (Florida International University) presenta la gestión de emergencias y la movilización ante el riesgo del aumento del nivel del mar en el sur de Florida en los Estados Unidos, concretamente en el condado de Miami-Dade donde la conciencia ciudadana ante el problema es evidente. La autora examina también los impactos de los

huracanes en la zona, entre ellos, el llamado *Andrew* que causó daños importantes a los arrecifes y las costas de Miami.

Pinto afirma que las autoridades estatales y municipales han utilizado modelos de comunicación con escaso impacto. Reconoce que las autoridades locales y estatales son conscientes del problema pero que no coinciden en las soluciones para proteger la zona. Parte de la divergencia es el elevado coste que supone la protección y el valor mercantil de los bienes raíces, comerciales, industriales y residenciales en el sur de Florida, uno de los más altos del mundo. Al mismo tiempo, la industria del turismo depende directamente de la seguridad de la zona. Finalmente, la autora describe la producción del documental *South Florida's Rising Seas*, emitido en la televisión pública (PBS), que ha servido para incrementar la concienciación social y establecer medidas coherentes y sistemáticas para proteger el territorio del inexorable crecimiento del mar.

El encuadre del riesgo en la cobertura de la política energética.

El primero de los capítulos de la sección 'Política energética, riesgo y medios de comunicación' se centra en el riesgo como factor determinante en los asuntos energéticos, ya sea ambiental o en la salud, teniendo en cuenta que la manera en que los medios enfocan estos temas influye en la formación de las opiniones de los ciudadanos al respecto. **María Teresa Mercado, Fernando Sahuquillo (Universidad CEU Cardenal Herrera) y Sebastián Sánchez (Universitat de València)** muestran las bases metodológicas seguidas en tres estudios en los que analizan el encuadre riesgo en los medios. A partir de la teoría del *framing*, los autores exponen las variables analizadas con el objetivo de determinar actores principales y encuadres noticiosos. Por un lado, se considera la presencia y relevancia de las fuentes en los textos informativos como un factor clave en la definición de los encuadres. Por otro, se distinguen dos tipos de encuadres: el básico, que define el tema en términos de riesgo o beneficio, y los específicos (ecoindiferente, ecoeficiente, ecosostenible, ecorradical) en relación a la preservación del medioambiente.

Los resultados de los estudios presentados destacan el protagonismo absoluto de los políticos en los asuntos sobre energía, ya sean prospecciones petrolíferas, energía nuclear o *fracking*. También se demuestra el predominio del encuadre riesgo puesto de manifiesto tanto por actores políticos como por ecologistas o plataformas ciudadanas contrarias a la implantación de las técnicas de exploración o explotación energética en o cerca de su territorio.

Espectacularización del riesgo y cobertura mediática: Greenpeace y la central nuclear española de Garoña

José M^a Herranz (Universidad de Castilla-La Mancha) y Elisa Marco (Universidad CEU Cardenal Herrera) estudian la estrategia comunicativa de la organización ecologista *Greenpeace* contra la continuidad de la central nuclear de Santa María de Garoña (Burgos). Una central que, en funcionamiento desde 1971, es la más antigua de España y de la Unión Europea, y la quinta más vieja del mundo. Los autores explican cómo *Greenpeace* combina una estrategia de comunicación y movilización tradicional (ruedas de prensa, manifestaciones, etcétera) con acciones que tratan de poner en riesgo las medidas de seguridad de la planta nuclear, buscando reforzar sus objetivos comunicativos y de sensibilización social.

Esta estrategia, basada en acciones de riesgo y espectacularización, ha resultado exitosa desde el punto de vista mediático, según Herranz y Marco, obteniendo la cobertura perseguida en las principales cabeceras de la prensa española y sus respectivas ediciones digitales. También en las redes sociales estas acciones consiguieron una cibermovilización importante. La alarma social generada al tratar de poner en evidencia la falta de seguridad de la planta nuclear ha sido un contenido viralizado por los seguidores de *Greenpeace* en las redes sociales analizadas. Sin embargo, los autores consideran que el éxito mediático y movilizador de estas acciones contrasta con el escaso efecto en las decisiones políticas sobre la continuidad de la planta: el Gobierno español ha autorizado que la central nuclear de Garoña siga funcionando hasta 2031. A ello hay que sumar el posible rechazo de una parte de la población que, lejos de apoyar estas acciones de riesgo, se puede oponer a una estrategia de protesta que pone en peligro la seguridad nuclear.

Nuevos actores comunicativos ante los riesgos del *fracking*.

Àngels Álvarez y Ángel J. Castaños (Universidad CEU Cardenal Herrera) presentan un estudio sobre el debate generado por la implantación o no de la técnica de fracturación hidráulica (*fracking*) en España y los nuevos movimientos ciudadanos articulados a través de plataformas que se oponen a ella. Tras repasar el contexto legal del uso del *fracking* en Europa y España, los autores identifican las principales plataformas con presencia en internet, ya sea en redes sociales, blogs o sitios web. Así, este trabajo presenta, por primera vez, una identificación y caracterización de estas plataformas, desde cinco dimensiones: información sobre su composición, contenidos que ofrece, posibilidad de participación y acciones que promueve y relaciones con los medios.

Por otro lado, se analiza la presencia de estas plataformas como fuente en las ediciones digitales de ocho diarios nacionales. La aparición de las plataformas en los textos manifestando su oposición a la técnica se compara con la del resto de actores en el debate: Para ello, no sólo se cuantifica su presencia y denominación sino también la posición de políticos, científicos, ecologistas y empresas. Los resultados demuestran que estos colectivos han conseguido visibilidad y atención mediática, apareciendo en cerca de un tercio de las informaciones que informaban sobre el tema, pero son los políticos las fuentes más frecuentes, puesto que en este caso se manifiestan en los dos lados, a favor o en contra. Por tanto, también en este asunto, son los actores principales en el discurso informativo.

El concepto ‘pobreza energética’ en la prensa española. El enfoque social ante las situaciones de riesgo y crisis.

El debate energético no se limita a cuestiones políticas o técnicas. **Mª José Pou Amérigo y Estrella Israel (Universidad CEU Cardenal Herrera)** introducen la perspectiva social al definir lo que se entiende por ‘pobreza energética’, una preocupación presente en otros países europeos como Reino Unido pero solo recientemente incorporado a la agenda de los medios y al argumentario político en España. La pobreza energética vincula la realidad social con la política energética dado que aborda las dificultades de algunos sectores sociales para acceder a los recursos energéticos, las consecuencias de esa carencia y las iniciativas desarrolladas para paliar sus efectos. En España la introducción del concepto para referirse a la realidad nacional se produce tras varios años de crisis, sobre todo, a partir del debate sobre el precio de la energía. Así, los autores realizan un análisis del tratamiento informativo que los principales periódicos españoles han dado al concepto, tardío y explosivo. Con anterioridad a 2010, el concepto se refería a países en vías de desarrollo.

Abordar la pobreza energética y, en general, las situaciones de crisis desde un enfoque social es una oportunidad para dar voz a los sin voz, es decir, alejarse de las agendas oficiales, de los textos-fuente, para dar visibilidad a los problemas que afectan a personas concretas. Para las expertas en Periodismo Social, es posible tratar historias particulares y dar visibilidad de los colectivos sociales en los medios.

El medio ambiente en la crisis comunicativa y periodística.

Rosa M^a Arráez (Universidad Europea Miguel de Cervantes) cierra esta obra con una reflexión en torno a la importancia de diferenciar lo que denomina ‘cultura verde’ de aquella realmente en pro del medioambiente. Para la autora, tanto los profesionales del marketing como los ecologistas militantes utilizan el interés de los ciudadanos por el medio ambiente en función de sus objetivos. Y los medios no ayudan al ofrecer una información poco rigurosa, cuándo no desinformación, sobre asuntos de tal importancia como el cambio climático o la catástrofe de Fukushima. Arráez reivindica un periodismo medioambiental, que no verde, si queremos promover una conciencia medioambiental en la ciudadanía. Pero este periodismo debe integrarse dentro del periodismo científico porque separar medioambiente y ciencia implica el peligro de que la opinión pública identifique los problemas ambientales no en relación al conocimiento científico sino como ideología. Arráez considera que aparecen demasiados agentes ideológicos, políticos, ecologistas y económicos, y principalmente, no científicos, con un claro abuso de la palabra experto como cajón de sastre, como han demostrado los estudios de caso presentados en los capítulos anteriores. Los científicos no protagonizan el debate ambiental en los medios. La profesora Arráez pide a los periodistas que ejerzan como tales, sencillamente haciendo periodismo de calidad.