

La adaptación al cambio climático en los destinos turísticos españoles: análisis del encuadre mediático

Rubén Villar-Navascués

Carmen Mínguez

Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Geografía

 0000-0002-1693-7741; ruvillar@ucm.es

 0000-0002-9544-3802; cminguez@ghis.ucm.es



© del autor y la autora

Recibido: abril de 2025

Aceptado: septiembre de 2025

Publicado: octubre de 2025

Citación recomendada: VILLAR-NAVASCUÉS, Rubén y MÍNGUEZ, Carmen (2025). «La adaptación al cambio climático en los destinos turísticos españoles: análisis del encuadre mediático». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 71(3), 535-560. <<https://doi.org/10.5565/rev/dag.1423>>

Resumen

Los impactos del cambio climático en la actividad turística han intensificado los esfuerzos de adaptación en los principales destinos turísticos españoles, y de ello se han hecho eco los medios de comunicación, agentes que influyen en la opinión pública y la política. Este artículo analiza la cobertura y el enfoque mediático de la prensa española entre 2021 y 2024 sobre la adaptación del turismo al cambio climático. A partir de una metodología que combina el análisis de contenido y del encuadre mediático, se han identificado los enfoques, las implicaciones y las características de la adaptación priorizadas en los medios. Los resultados revelan un predominio de enfoques orientados al riesgo económico, prevaleciendo las actuaciones y las necesidades del sector turístico, aunque una proporción significativa mantiene un enfoque orientado a la planificación y al desarrollo de medidas a escala local. La elevada presencia de referencias científicas en la prensa sugiere que el ámbito científico guiará el enfoque mediático futuro sobre la adaptación.

Palabras clave: medios de comunicación; encuadre; adaptación; cambio climático; España

Resum. *L'adaptació al canvi climàtic a les destinacions turístiques espanyoles: anàlisi de l'enquadrament mediàtic*

Els impactes del canvi climàtic en l'activitat turística han intensificat els esforços d'adaptació a les principals destinacions turístiques espanyoles. Els mitjans de comunicació es fan ressò d'aquesta situació i això influeix l'opinió pública i la política. Aquest article analitza la cobertura i l'enfocament mediàtic de la premsa espanyola entre 2021 i 2024 sobre l'adaptació del turisme al canvi climàtic. A partir d'una metodologia que combina l'anàlisi de contingut i la de l'enquadrament mediàtic, s'han identificat els enfocaments, les implicacions i les característiques de l'adaptació prioritzades pels mitjans. Els resultats revelen un predomini d'enfocaments orientats al risc econòmic. Hi prevalen les actuacions i les necessitats del sector turístic, tot i que n'hi ha una proporció significativa que manté un enfocament orientat a la planificació i al desenvolupament de mesures a escala local. La gran presència de referències científiques a la premsa suggereix que l'àmbit científic guiarà l'enfocament mediàtic futur sobre l'adaptació.

Paraules clau: mitjans de comunicació; enquadrament; adaptació; canvi climàtic; Espanya

Résumé. *L'adaptation au changement climatique dans les destinations touristiques espagnoles : analyse du cadrage médiatique*

Les impacts du changement climatique sur l'activité touristique ont intensifié les efforts d'adaptation menés dans les principales destinations touristiques espagnoles, efforts relayés par les médias, qui influencent l'opinion publique et les décisions politiques. Cet article analyse la couverture et le cadrage médiatiques de l'adaptation du tourisme au changement climatique dans la presse espagnole entre 2021 et 2024. Une méthodologie combinant analyse de contenu et analyse du cadrage médiatique a permis d'identifier les approches, les implications et les caractéristiques de l'adaptation mises en avant par les médias. Les résultats révèlent une prédominance des discours centrés sur le risque économique, mettant l'accent sur les actions et les besoins du secteur touristique, même si une part significative des articles adopte un point de vue centré sur la planification et la mise en place de mesures à l'échelle locale. La forte présence de références scientifiques dans la presse indique que le domaine scientifique jouera un rôle clé dans l'orientation future de la couverture médiatique de l'adaptation.

Mots-clés : médias ; cadrage ; adaptation ; changement climatique ; Espagne

Abstract. *Adaptation to climate change in Spanish tourist destinations: Critical analysis of media framing*

The impacts of climate change on tourism activity have intensified adaptation efforts in Spain's main tourist destinations, a development reflected in the media, which plays a significant role in shaping public opinion and policymaking. This article analyzes Spanish press coverage and media framing of tourism adaptation to climate change between 2021 and 2024. Drawing on a methodology that combines content analysis and media framing analysis, the study identifies the dominant frames, implications, and characteristics of adaptation emphasised in the media. The findings reveal a predominance of economically driven frames, with a strong emphasis on the actions and needs of the tourism sector. However, a considerable proportion of news stories adopt a planning-oriented perspective or focus on the development of local measures. The prominent presence of scientific references in the press suggests that the scientific community is likely to shape the future media framing on adaptation.

Keywords: mass media; framing; adaptation; climate change; Spain

Sumario

1. Introducción	5. Discusión
2. Encuadres mediáticos sobre la adaptación al cambio climático	6. Conclusiones
3. Datos y metodología	Referencias bibliográficas
4. Resultados	Anexo

1. Introducción

España, y más concretamente la región mediterránea, es considerada una de las zonas calientes del cambio climático, al experimentar un calentamiento mayor a la media planetaria y un incremento en la frecuencia e intensidad de los extremos meteorológicos, como sequías, inundaciones y olas de calor (Romero y Olcina, 2021). Todos estos aspectos impactan en mayor o menor medida en los sectores económicos, siendo el turismo uno de los más vulnerables (Dorta-Antequera et al., 2024). Algunas interpretaciones a los efectos de estos cambios señalan alteración en los flujos turísticos (Matei et al., 2023; Barrutiabengoa et al., 2024), reducción del nivel de gasto (Heymann, 2024a, 2024b; Jiménez-García y García-Esteban, 2024) o la posibilidad de ampliar la temporada turística costera hacia la primavera y el otoño (De la Vara et al., 2024). Sin embargo, los efectos del cambio climático en el sector turístico son todavía mayores. El aumento de la erosión costera y del nivel del mar, la mayor frecuencia e intensidad de los temporales, la alteración de la biodiversidad terrestre y marina, la reducción de las precipitaciones en forma de nieve y la mayor frecuencia de olas de calor van a repercutir en la oferta de algunos destinos y en el confort de los viajeros, posibilitando cambios en su predisposición a visitar algunos destinos y, por tanto, en los flujos turísticos (Olcina y Vera, 2016a).

Estos retos requieren estrategias de adaptación de los destinos turísticos y el desarrollo de iniciativas o medidas que reduzcan la vulnerabilidad de los sistemas naturales y humanos contra los efectos actuales y esperados del cambio climático (IPCC, 2022). En el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Glasgow en noviembre de 2021 (COP26), se presenta la declaración de Glasgow, liderada por la OMT, que muestra el compromiso de más de 800 entidades del ámbito del turismo para transformar esta actividad y cumplir con los objetivos de descarbonización. No obstante, de acuerdo con la literatura científica, las medidas de adaptación llevadas a cabo hasta ahora son insuficientes (Berrang-Ford et al., 2021). Los documentos de planificación de los principales destinos turísticos españoles indican que, aunque los visitantes de los distintos destinos pueden beneficiarse de las medidas de adaptación intersectoriales orientadas a la planificación urbana, el transporte o el ahorro de agua, rara vez presentan actuaciones propias para reducir el riesgo frente a los fenómenos meteorológicos extremos (Mínguez y Ricart, 2024). Además, resulta necesario evaluar la eficacia de las

medidas de adaptación adoptadas, así como mejorar la comprensión de sus límites (Berrang-Ford et al., 2021).

La investigación sobre el nexo entre el cambio climático y el turismo ha crecido en la última década (Lopes et al., 2021). Algunos autores han analizado el discurso en los medios de comunicación sobre la relación entre el cambio climático y el turismo (Gómez-Martín et al., 2016; Ma y Kirilenko, 2020; Knowles y Scott, 2021). Su interés radica en que los medios de comunicación son agentes importantes en la conformación de las percepciones públicas y en el diseño y la implementación de políticas. Sin embargo, en ocasiones ofrecen representaciones incompletas y sesgadas en relación con el cambio climático, y aún son escasas las investigaciones empíricas centradas en el análisis de los contenidos, los encuadres y los debates sobre la adaptación a dicha circunstancia en los medios de comunicación, una cuestión en ocasiones difusa y poco comprendida por el público (Moser, 2014). De hecho, muy pocos estudios analizan de manera crítica cómo se aborda desde los medios de comunicación la adaptación al cambio climático (Ford y King, 2015; Hasbún-Mancilla et al., 2017), y no se tiene constancia de la existencia de ninguna investigación que evalúe las implicaciones del encuadre mediático en relación con esta temática. En el caso concreto del turismo en España, no se han encontrado investigaciones que examinen esta cuestión desde una perspectiva mediática, lo que refuerza la pertinencia y el interés por avanzar en el conocimiento sobre la relación entre comunicación, cambio climático y turismo.

Según el Estudio General de Medios (EGM), durante el año 2022, el 13,7% y el 41,8% de la población española leyó diarios publicados en papel o en internet, respectivamente. Esto supone una reducción respecto a años anteriores y confirma la tendencia decreciente iniciada en 2009. Pese a ello siguen siendo un importante medio de difusión de la información y de generación de opinión con efecto directo en la sociedad y en la determinación de los temas de la agenda pública (Mínguez et al., 2022). Esta investigación tiene por objetivo analizar el encuadre mediático reciente (2021-2024) que presentan las noticias de prensa relacionadas con la adaptación al cambio climático en el sector y los destinos turísticos españoles. Interesa conocer el marco discursivo de los medios acerca de la adaptación al cambio climático, así como distintos elementos contextuales que permitan comprenderlo (destinos, impactos, actores y medidas y estrategias de adaptación), además de cómo puede influir en las implicaciones políticas y la toma de decisiones. En concreto, los objetivos específicos de esta investigación son los siguientes:

1. Revisar las tendencias recientes en la cobertura periodística reciente sobre la adaptación al cambio climático en el sector turístico.
2. Identificar y caracterizar el encuadre mediático de la adaptación, según lo que revelan las noticias sobre quién se debe adaptar, a qué, cómo y cuándo, así como las características de la adaptación acerca de las que se informa.
3. Examinar las implicaciones de actuación que se desprenden de los encuadres identificados.

El artículo se estructura en cuatro apartados. Tras esta introducción, en la segunda sección, se identificarán los aspectos básicos de la teoría del encuadre y los principales marcos mediáticos empleados por los medios de comunicación con relación al cambio climático y la adaptación. A continuación, se ofrecen los detalles acerca de los datos y la metodología de análisis empleada y, posteriormente, se presentan los resultados y el apartado de discusión en el que se pondrán en relación dichos resultados con los obtenidos en otras investigaciones. En último lugar, se presentan las conclusiones del trabajo.

2. Encuadres mediáticos sobre la adaptación al cambio climático

Los medios de comunicación son una de las principales fuentes de información sobre el cambio climático para los actores clave en la toma de decisiones y, especialmente, para la ciudadanía (Harcourt et al., 2020). Al seleccionar y destacar determinados aspectos, los medios tienen la capacidad de definir la problemática, así como de realizar una interpretación causal y/o recomendaciones de tratamiento (Entman, 1993). La denominada «teoría del encuadre» (*framing theory*) ha sido empleada para analizar la forma en que se articulan los elementos de los discursos mediáticos que privilegian ciertas interpretaciones y la comprensión de temas que demandan políticas públicas, como es el caso del cambio climático (Boykoff, 2008). Así, el encuadre mediático comunica cómo una problemática debe ser vista y tratada, así como quién es el responsable de su gestión (Ford y King, 2015). Posteriormente, estas interpretaciones influyen en la agenda política, ya que delimitan los debates al establecer un conjunto específico de alternativas que pueden llevar a distintas reacciones, demandas y acciones entre las audiencias. De hecho, algunas investigaciones han puesto el foco en que, además del encuadre, que representa una selección de contenido y de organización de ideas para la interpretación de cuestiones complejas, se pueden identificar sus implicaciones, que serían las recomendaciones de actuación que se promueven (Hansen, 2020).

En relación con el cambio climático, desde la primera década del siglo XXI numerosos estudios han analizado los encuadres mediáticos empleados (Boykoff, 2008; O'Neill et al., 2015; Schäfer y O'Neill, 2017). Si bien estos varían, es frecuente la identificación de marcos orientados a la atribución de responsabilidad y el señalamiento de las consecuencias económicas, así como marcos centrados en aspectos ecológico-ambientales (Dirikx y Gelders, 2010; Chetty et al., 2015). Sin embargo, a pesar de la prolífica literatura científica a este respecto, pocos estudios están centrados en la adaptación al cambio climático (Günay et al., 2021; Seelig et al., 2022).

Es a partir de la publicación del cuarto informe de evaluación del IPCC en 2007, cuando se consolida el interés en la adaptación, aunque su cobertura mediática queda opacada por noticias relacionadas con los impactos de eventos meteorológicos extremos o la mitigación del cambio climático (Ford y King, 2015). No obstante, Ford y King (2015) destacan algunos encuadres mediáticos relacionados específicamente con la adaptación. En primer lugar, identifican la etapa de la adaptación a la que hace referencia la noticia, diferenciando entre

declaraciones de reconocimiento (si en la noticia únicamente se reconoce la necesidad de adaptarse y se ofrecen ejemplos de medidas genéricas), acciones preparatorias (cuando se documentan medidas preliminares para la adaptación) o acciones de adaptación (si la noticia describe actuaciones concretas ya implementadas). Los resultados de su análisis concluyen que de aquellas noticias que contenían información sobre adaptación, la mayoría (el 53%) se centraba únicamente en la necesidad de adaptarse, con un menor porcentaje dedicado a realizar acciones preparatorias (37%) y a informar sobre medidas ya implementadas (10%). En segundo lugar, Ford y King (2015) analizan otro de los encuadres mediáticos de la adaptación, relacionado con su tipología. Diferencian entre noticias que se centran en medidas de adaptación «duras» (respuestas basadas en soluciones tecnológicas o ingenieriles para reducir los posibles impactos del cambio climático), «blandas» (aquellas medidas que implican intervenciones políticas, legales, administrativas, institucionales y financieras para reducir la vulnerabilidad) y «mixtas» (cuando medidas pertenecientes a los dos grupos anteriores aparecen en una misma noticia). Dichos autores identifican un tercer encuadre, que denominan «momento de adaptación», en el que se examina si la medida a la que da cobertura la noticia ocurre como respuesta a un evento extremo (adaptación reactiva) o si, por el contrario, obedece a una acción preventiva en relación con los impactos futuros del cambio climático (adaptación anticipatoria). Por último, determinan el encuadre del «ámbito de adaptación», al examinar el alcance geográfico de la medida analizada por la prensa (local, comarcal, regional o nacional).

Desde otra perspectiva, Hasbún-Mancilla et al. (2017), en su estudio sobre el encuadre mediático de la mitigación y la adaptación al cambio climático en Chile, reconocen, tomando como referencia los encuadres obtenidos por Juhola et al. (2011), cuatro marcos mediáticos o enfoques para referirse a la adaptación: planificación (debe gestionarse de manera integrada e intersectorial a través de la planificación, guiada por las administraciones públicas); vulnerabilidad (entendida como las medidas reactivas que disminuyen la vulnerabilidad a los impactos actuales del cambio climático); riesgo económico (respuesta a los previsibles costes económicos), y medidas existentes (medidas actuales que abordan los problemas relacionados con el clima). Hasbún-Mancilla et al. (2017) señalan que los actores gubernamentales a nivel nacional y el encuadre de riesgo económico guían la cobertura mediática de la adaptación en Chile, en detrimento de enfoques críticos y transformadores que consideren el componente social de la vulnerabilidad. En este sentido, la legitimación de los discursos dominantes dificulta el planteamiento de posturas que desafían o cuestionan la viabilidad de modelos económicos (y turísticos) basados en el crecimiento (Yacoumis, 2017) o los intereses políticos y las líneas editoriales de los medios de comunicación (Carvalho y Burgess, 2005).

3. Datos y metodología

Para analizar de manera sistemática el discurso mediático de la prensa digital y escrita en relación con la adaptación al cambio climático del sector y

los destinos turísticos, se ha empleado un análisis de contenido de artículos periodísticos que constituyen la unidad de análisis de este estudio, siguiendo la metodología identificada en investigaciones previas (Gómez-Martín et al., 2016; Von Zabern y Tulloch, 2020; Somoza-Sabatés et al., 2023).

Para realizar este análisis se desarrollaron cuatro fases. En primer lugar, se llevó a cabo una búsqueda y una recopilación de noticias a través de la hemeroteca digital MyNews, empresa especializada en la monitorización de medios, gestión del conocimiento y análisis de datos, utilizando los archivos en línea de la prensa impresa y los medios digitales españoles de cobertura nacional, regional y local escritos en castellano. Estos incluyen más de 1.500 medios que abarcan todo el espectro ideológico, al recoger tanto diarios independientes o incluidos en grupos editoriales como Prisa, Vocento o Godó, entre otros, así como todas las noticias generadas por agencias de prensa, como Europa Press. Los criterios de búsqueda empleados fueron las noticias publicadas entre el 1 de enero de 2021 y el 31 de diciembre de 2024 que contuvieran las palabras *turismo*, *cambio climático* y *adaptación* en cualquier parte del texto. Se consideró este periodo por distintas razones. Primero, por empezar la recuperación tras la covid y marcar los máximos históricos en cuanto a afluencia y desplazamientos. Segundo, porque a lo largo de estos años ha aumentado la conciencia y la sensibilidad sobre el cambio climático, acompañado, por un lado, del aumento de fenómenos meteorológicos que han afectado al turismo y, por otro, de la proliferación de estudios sobre esta temática. Y, tercero, por el escaso desarrollo de la adaptación al cambio climático en las ciudades españolas antes del 2020, donde solo el 20% de las capitales de provincia contaba con planes para llevarla a cabo (Sainz de Murieta et al., 2020).

La búsqueda inicial dio un resultado de 5.651 noticias, de las que posteriormente se realizó un filtrado siguiendo los siguientes pasos: se comenzó eliminando los duplicados, ya que en ocasiones se publicaban las mismas informaciones en las distintas ediciones regionales del mismo medio de comunicación. Posteriormente, se analizó el título de la noticia, para evaluar, si era posible, la idoneidad del artículo para su inclusión. El requisito para evaluar la idoneidad era que estuviera total o parcialmente centrado en cualquier aspecto relacionado con la adaptación al cambio climático por parte del sector o de los destinos turísticos. Tras la primera fase de depuración, resultaron 503 noticias. Por último, se realizó la lectura en profundidad de aquellas y se aplicaron los mismos criterios de idoneidad de la fase anterior. Una vez finalizado el proceso de filtrado, se seleccionaron 108 para su análisis.

En segundo lugar, se diseñó un esquema de codificación (anexo) para extraer datos sistemáticamente sobre el contenido descriptivo de las noticias, que recogía las categorías y los elementos de análisis identificados en estudios previos (Ford y King, 2015; Gómez-Martín et al., 2016; Harcourt et al., 2020; Hasbún-Mancilla et al., 2017; Somoza-Sabatés et al., 2023). Para realizar esta revisión se efectuó un estudio de plantillas a partir de la creación de una hoja de cálculo con los códigos de referencia, que incluía la definición y las recomendaciones de clasificación para cada temática.

En tercer lugar, se adoptó un enfoque deductivo para identificar la adscripción de una noticia a los encuadres mediáticos sobre la adaptación del turismo al cambio climático identificados previamente en la literatura científica (Juhola et al., 2011; Ford y King, 2015; Hasbún-Mancilla et al., 2017). Específicamente se analizaron cuatro encuadres mediáticos (planificación, vulnerabilidad, riesgo económico y medidas existentes o propuestas a escala local), que se definían a partir de las respuestas a cuatro afirmaciones para identificar (tabla 1):

1. ¿Quién se adapta? La noticia incide en la necesidad de que, a la hora de adaptarse, se tenga en cuenta a...
2. ¿A qué se adapta? La noticia hace referencia a la necesidad de adaptarse a...
3. ¿Cómo se adapta? La noticia hace referencia a la necesidad de adaptarse a través de...
4. ¿Cuándo se adapta? La noticia indica que las medidas de adaptación se llevarán a cabo...

Para asignar un marco a una noticia se consideró aquel que recibía la mayor cantidad de respuestas asociadas.

En cuarto y último lugar, se han considerado las implicaciones que los encuadres de la noticia tienen en relación con el futuro de la actividad turística a partir de las identificadas en Hansen (2020) y del análisis del contenido de las noticias. Para cada noticia se han identificado una o varias de las ocho posibles implicaciones (tabla 2).

Tabla 1. Encuadres mediáticos sobre la adaptación al cambio climático y el turismo

Encuadre	¿Quién se adapta?	¿A qué se adapta?	¿Cómo se adapta?	¿Cuándo se adapta?
Planificación	Las administraciones públicas.	Cambios en el clima a largo plazo.	Planificación y legislación.	A medio y largo plazo, con investigación que ayude a identificar las mejores alternativas.
Vulnerabilidad	Los sectores o áreas vulnerables.	Vulnerabilidades actuales y/o futuras.	Medidas que reducen la vulnerabilidad.	Con medidas urgentes para reducir la vulnerabilidad.
Riesgo económico	El sector turístico.	Cambios en el clima con clara incidencia económica.	Medidas de adaptación estratégico-empresariales.	A medio y largo plazo, con medidas enfocadas en el sector turístico y/o el turista.
Medidas existentes o propuestas a escala local	La comunidad local.	Vulnerabilidades actuales con clara incidencia local.	Medidas existentes o propuestas integrales a escala local.	Ya se están desarrollando medidas o propuestas a escala local.

Fuente: adaptado de Juhola et al. (2011).

Tabla 2. Implicaciones del encuadre mediático sobre la adaptación del turismo al cambio climático

Implicaciones del encuadre mediático	Descripción
Atracción de más turistas	La noticia sugiere que el cambio climático supone una oportunidad para atraer a más visitantes, al prolongar la temporada turística y ofrecer nuevos atractivos o destinos en la temporada estival.
Disminución de la actividad turística	La noticia sugiere la imposibilidad de continuar con la actividad turística, la necesidad de reducir su oferta o de poner límites al número de turistas.
Sensibilización de los turistas	Sugiere que los turistas deben ser informados o alertados para reducir su vulnerabilidad.
Estrategias para evitar la pérdida de turistas	La noticia incide en la necesidad de evitar la pérdida de turistas, por las consecuencias económicas que tendría en los destinos.
Redistribución espacial o temporal de turistas	La noticia sugiere la redistribución espacial y/o temporal de turistas por las nuevas condiciones que traerá el cambio climático.
Reducción de la vulnerabilidad	La noticia sugiere la necesidad de reducir la vulnerabilidad del destino o de los turistas a los impactos del cambio climático.
Ajuste de horarios y actividades	La noticia sugiere restricciones o adaptaciones del comportamiento del turista, al modificar horarios y ajustar la oferta a las nuevas condiciones climáticas.
Transformación adaptativa de los destinos	La noticia sugiere la necesidad de realizar cambios profundos en el modelo turístico, en la oferta y/o en la gestión del turismo, condicionantes que tienen fuertes repercusiones sociales y ambientales.

Fuente: adaptado de Hansen (2020).

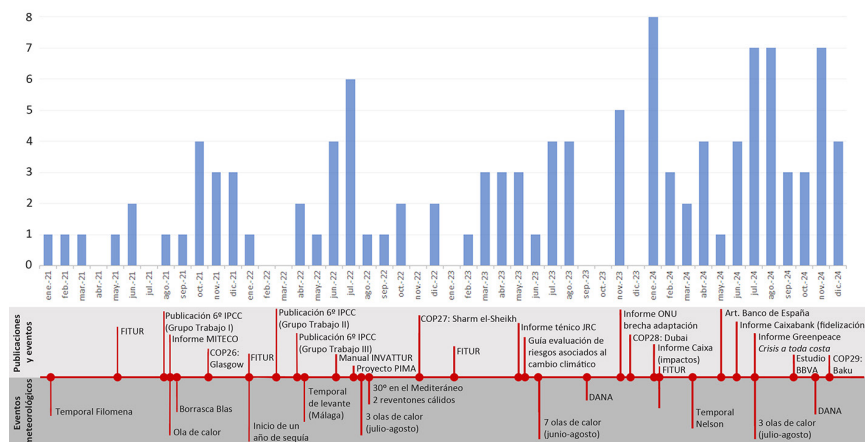
Para garantizar la fiabilidad entre codificadores se ha diseñado un protocolo de codificación claro, con la elaboración de un libro de códigos que especifica las definiciones y los criterios para cada categoría de análisis. Posteriormente se realizaron varias rondas de comparación de los resultados obtenidos para identificar y discutir las discrepancias entre codificadores y, cuando fue necesario, se adaptaron las definiciones del libro de códigos para garantizar un marco analítico consistente.

4. Resultados

4.1. Evolución y características de las noticias

La evolución reciente de las noticias relacionadas con la adaptación al cambio climático y el turismo revela un creciente interés por la temática en la prensa

Figura 1. Evolución del número de noticias analizadas entre 2021 y 2024



Fuente: elaboración propia.

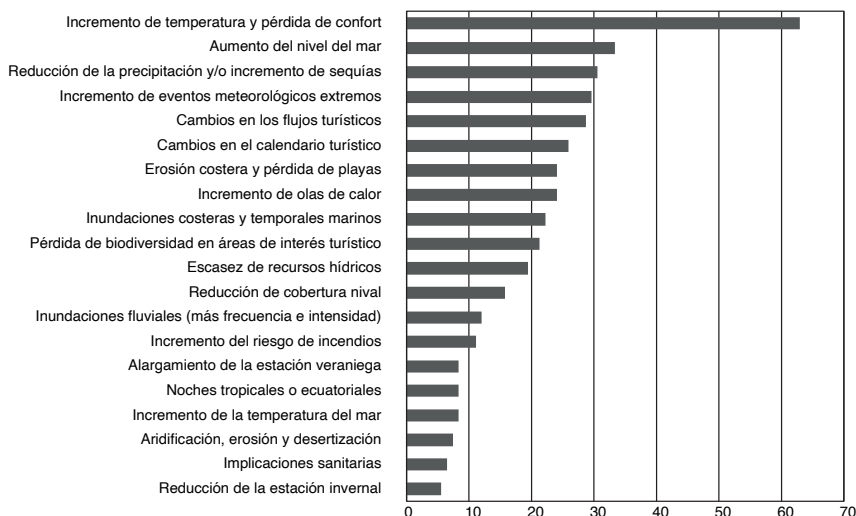
española (figura 1). Esta tendencia resulta especialmente patente en el año 2024, que, con 50 noticias, aglutina el 46,3% del total analizado. Este incremento está muy vinculado a la repercusión mediática de la publicación de determinados informes o estudios científicos (Romero y Olcina, 2021; IPCC, 2021; Matei et al., 2023; Barrutiabengoa et al., 2024; Greenpeace, 2024; Heymann, 2024a, 2024b; Jiménez-García y García Esteban, 2024), siendo un hecho a destacar que el 62% de las noticias analizadas mencionan al menos una fuente de información científica. Aunque predomina el género informativo ($n = 68$, un 63%) y el subgénero de noticia ($n = 58$, un 50,4%), hay un porcentaje significativo de noticias de género interpretativo ($n = 30$, un 27,8%) y del subgénero reportaje ($n = 33$, un 28,7%), donde el periodista interpreta los hechos, profundizando y contextualizando en los impactos actuales y las consecuencias futuras del cambio climático, lo que implica que habitualmente estas noticias sean más extensas. De hecho, en la mayor parte de ellas hay más de 800 palabras, es decir, son más largas que las vinculadas con una cobertura periodística básica (Gómez-Martín et al., 2016).

Asimismo, la influencia de los científicos en la cobertura mediática de la adaptación al cambio climático queda patente al analizar el contenido de las noticias, ya que el 66,6% de ellas son reportajes o entrevistas con declaraciones de expertos, o están centradas en analizar los resultados de estudios científicos o proyectos de investigación. Hay que subrayar la presencia de declaraciones de geógrafos en las noticias analizadas ($n = 24$, un 22,2%), seguidos del colectivo de físicos y meteorólogos de la AEMET ($n = 13$, un 12%). En este sentido, entre los agentes citados en las noticias aparecen, en primer lugar, los científicos o expertos ($n = 76$, un 70,4%), seguidos de miembros del sector turístico ($n = 68$, un 63%), turistas ($n = 53$, un 49,1%) y administraciones públicas a escala autonómica o provincial ($n = 49$, un 45,4%).

A su vez, existe una notable heterogeneidad entre los medios informativos que cubren la temática analizada, con un total de 48 pertenecientes a 32 grupos mediáticos distintos. Entre los que más noticias aportan se encuentra *elDiario.es* ($n = 13$, un 12%), la agencia de noticias Europa Press ($n = 9$, un 8,3%) y el medio digital especializado en turismo *Hosteltur* ($n = 7$, un 6,5%). Las noticias analizadas se concentran principalmente en las secciones de regional, medio ambiente, turismo y local, que en conjunto reúnen el 71,3% del total ($n = 77$). Asimismo, el 75% de las noticias analizadas ($n = 82$) estudian el binomio *adaptación al cambio climático y turismo en una localización geográfica concreta*, con una clara preferencia por escalas de análisis regionales, y especialmente en las comunidades autónomas insulares, Andalucía y la Comunidad Valenciana, en las que se centran el 49,1% de las noticias ($n = 53$).

Entre las temáticas que aborda la cobertura mediática suele aparecer el riesgo económico ($n = 82$, un 76%) y la vulnerabilidad del turismo ante los impactos del cambio climático ($n = 61$, un 56,5%), así como las medidas necesarias para su adaptación ($n = 58$, un 53,7%). Asimismo, en la mayor parte de las noticias se cita el turismo de manera general ($n = 65$, un 60,2%), aunque, cuando se especifica una tipología concreta, se suele hacer mención al turismo de sol y playa ($n = 47$, un 43,5%) y el turismo de nieve ($n = 20$, un 18,5%). Con respecto a los impactos del cambio climático identificados en los medios, destaca el incremento de la temperatura y la pérdida de confort, aunque un porcentaje significativo de noticias mencionan otros impactos, como el aumento del nivel del mar, el incremento del riesgo de sequías y de los eventos meteorológicos extremos (figura 2). Con respecto

Figura 2. Impactos del cambio climático que afectan a la actividad turística (porcentaje de noticias)



Fuente: elaboración propia.

a impactos específicos del cambio climático en la actividad turística, destacan los cambios en los flujos turísticos (un 28,7%), los cambios en el calendario turístico (un 26%) o la reducción de la cobertura nival (un 15,7%).

4.2. Encuadres mediáticos y medidas de adaptación

Con respecto a la etapa de adaptación, la cobertura mediática se centra en las declaraciones de reconocimiento de la necesidad de adaptación ($n = 59$, un 54,6%), con un menor porcentaje de noticias dedicadas a las acciones preparatorias ($n = 35$, un 32,4%), que, por lo general, suelen estar relacionadas con estudios o proyectos de investigación, acciones formativas o de gobernanza, documentos de planificación o mención a inversiones y financiación. Aun en menor medida, la cobertura mediática habla de acciones de adaptación existentes ($n = 14$, un 13%), siendo, en la mayoría de los casos, adaptaciones tecnológicas relacionadas con la fabricación artificial de nieve o la gestión eficiente del agua.

Asimismo, en relación con el momento de adaptación, la mayor parte de los artículos adoptan un enfoque anticipatorio ($n = 75$, un 69,4%) que evalúa la necesidad de reducir la vulnerabilidad ante la previsible intensificación de los impactos negativos del cambio climático en el futuro. Las noticias con enfoque reactivo ($n = 31$, un 28,7%) están claramente relacionadas con la necesidad de adaptarse para hacer frente a tres impactos existentes en el cambio climático que ya están afectando a los destinos y al sector turístico: la creciente pérdida de playas y la afección del frente litoral a los temporales marítimos y a las inundaciones costeras, la pérdida de cobertura nival y el incremento de las temperaturas extremas en verano y el cambio en los flujos turísticos.

Con respecto al tipo de medidas identificadas, es habitual que, en las noticias, se identifiquen medidas mixtas ($n = 49$, un 45,4%) en las que se contemplan tanto medidas ingenieriles y tecnológicas (adaptaciones duras) como medidas sociales, institucionales y soluciones basadas en la naturaleza (adaptaciones blandas). En una menor proporción se han identificado noticias que solo citan medidas de adaptación blandas ($n = 36$, un 33,3%) o que se centran únicamente en medidas duras ($n = 20$, un 18,5%). Específicamente, de las 228 medidas de adaptación identificadas, las más habituales son la creación de planes o protocolos de adaptación, la creación y/o adaptación de infraestructuras, las medidas para reducir la vulnerabilidad al calor, las soluciones tecnológicas, la restauración o regeneración de espacios naturales y las soluciones basadas en la naturaleza y la creación o diversificación de productos turísticos (tabla 3).

La información relativa a la escala de aplicación de las medidas y a los agentes implicados rara vez está explicitada en las noticias, lo que ha dificultado su registro sistematizado y ha obligado a que se haya identificado a partir de su contexto, sin poder ser definido en algunos casos ($n = 31$, un 13,6%). No obstante, el ámbito de adaptación de las distintas medidas recogidas suele estar centrado en la escala local ($n = 117$, un 51,3%), seguida de la regional ($n = 61$, un 26,7%), la nacional ($n = 12$, un 5,3%) y la comarcal ($n = 7$, un 3,1%).

Tabla 3. Medidas de adaptación identificadas en las noticias de prensa analizadas

Categoría	Tipo de medidas	n.º	%
Estructurales o físicas	Creación y/o adaptación de infraestructuras (construcción de diques, adaptación de estaciones de esquí, aumento de oferta hotelera).	28	12,3
	Recursos para reducir la vulnerabilidad al calor (reverdecimiento, sombreado, refugios climáticos...).	26	11,4
	Basadas en la tecnología (sistemas de climatización, creación de nieve artificial, diseño de aplicaciones para los turistas...).	24	10,5
	Restauración o regeneración de espacios naturales y soluciones basadas en la naturaleza.	20	8,7
	Aprovechamiento de recursos hídricos no convencionales (reciclaje de aguas grises, utilización de agua de lluvia...).	9	3,9
Institucionales	Planificación y protocolos de adaptación.	44	19,3
	Creación o diversificación de los productos turísticos (cambios en la oferta de los destinos de esquí, aparición de nuevos recursos para hacer más atractivos los destinos de sol y playa...).	19	8,3
	Cambios de fecha de fiestas locales y del calendario escolar y laboral.	11	4,8
	Promoción turística (fomento de destinos por sus condiciones climáticas).	7	3,1
	Adaptación de las actividades (cambios de horarios y rutas).	7	3,1
	Cambios en la legislación y tasas.	5	2,1
	Gobernanza (diseño de metodologías participativas y desarrollo de talleres para responsables de políticas públicas).	3	1,3
Sociales	Investigación (proyectos, estudios e informes para el desarrollo de la adaptación).	19	8,3
	Información y sensibilización (elaboración de documentos de información y recomendaciones para hacer una visita segura).	6	2,6

Fuente: elaboración propia a partir de las categorías identificadas en Feliu et al. (2015).

Las medidas de ámbito local son muy heterogéneas y suelen implicar a los agentes locales, especialmente en la formulación de planes y medidas de adaptación que implican cambios en la planificación urbana, y a la empresa privada, cuya implicación está más relacionada con la aplicación de soluciones tecnológicas y la creación y adaptación de infraestructuras.

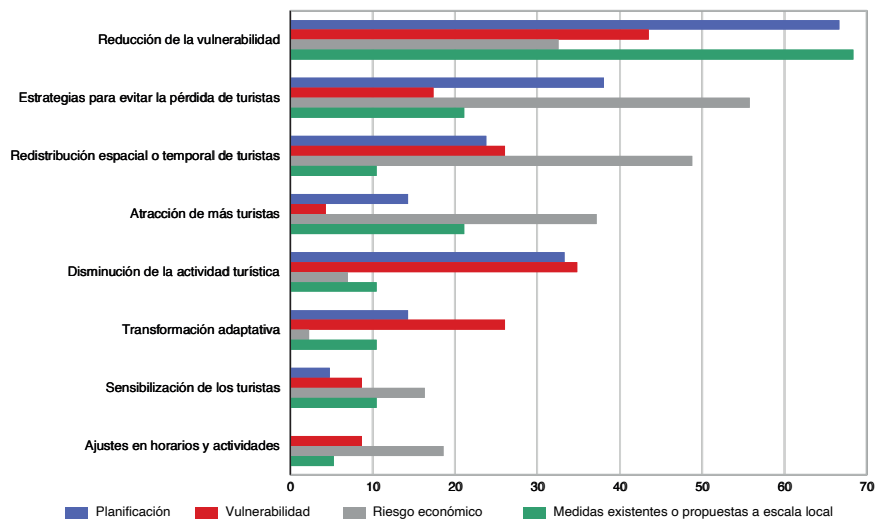
El tono de las noticias permite evaluar el enfoque de la cobertura mediática. Partiendo de los análisis realizados en otras investigaciones (González-Gómez et al., 2016), su evaluación se ha basado en el predominio de palabras clave y expresiones que determinan cómo se percibe la noticia. Los resultados indican que existe un equilibrio en el tono que presentan las noticias relacionadas con el cambio climático y la adaptación del turismo, con un 35,2% de ellas que

muestran un tono neutral ($n = 38$), puesto que manifiestan tanto los efectos negativos como los positivos; un 33,3% con un tono positivo ($n = 36$), y un 31,5% con un tono negativo ($n = 34$). Se observa cierta vinculación entre el tono de la noticia y el tipo de medidas propuestas. Así, es frecuente que las que presentan un tono negativo se asocien con la creación y la adaptación de infraestructuras, así como con las actuaciones que requieren la restauración del espacio natural; mientras que las que presentan un tono positivo están relacionadas con el desarrollo de planes y protocolos, además de con proyectos o actuaciones relacionadas con la investigación.

Con respecto al encuadre mediático, se ha identificado que existe una mayor adscripción de las noticias al riesgo económico ($n = 43$, un 39,8%), seguido de la vulnerabilidad ($n = 23$, un 21,3%), la planificación ($n = 21$, un 19,4%) y las medidas existentes o propuestas a escala local ($n = 19$, un 17,6%). Asimismo, se observan diferencias entre los cuatro marcos mediáticos y las implicaciones de actuación que se desprenden de las medidas de adaptación propuestas (figura 3), aunque de manera general predominan la reducción de la vulnerabilidad ($n = 51$, un 47,2%) y la prevención de la pérdida de turistas ($n = 40$, un 37%).

Las noticias asociadas al encuadre de riesgo económico se centran en la adaptación al cambio climático del sector turístico y los turistas, sobre todo a los impactos relacionados con el incremento de las temperaturas y la pérdida de confort climático y con los cambios en los flujos y el calendario turísticos. Este encuadre se caracteriza por presentar en su mayoría declaraciones de reco-

Figura 3. Implicaciones de actuación según el encuadre mediático (porcentaje de noticias de cada encuadre)



Fuente: elaboración propia.

nocimiento de la necesidad de adaptarse (un 62,6%) y una mayor proporción de medidas de adaptación de implantación local (un 71,6%), con un enfoque reactivo (un 39%) y de tipo ingenieril o tecnológico (un 32,5%), como la producción de nieve artificial o los dispositivos de ahorro y uso eficiente del agua en los hoteles. Entre las implicaciones de este encuadre destacan las estrategias para prevenir la pérdida de turistas, la redistribución espacial y/o temporal del turismo o el fomento de la atracción de más turistas, aprovechando las condiciones climáticas de los destinos del norte de España o extendiendo la temporada alta a la primavera y el otoño.

Por su parte, las noticias asociadas al marco de vulnerabilidad destacan por presentar un claro tono negativo (un 65,2%) y por centrarse en la escala de análisis regional. En ellas destaca la elevada presencia de científicos y expertos (un 78,3%) y de universidades (un 52,2%), así como su foco en impactos como el incremento de las temperaturas, los eventos meteorológicos extremos, el aumento del nivel del mar o de la erosión y las inundaciones costeras. Al igual que las noticias del marco de riesgo económico, estas se caracterizan por una mayor presencia de medidas de adaptación de enfoque reactivo (un 34,8%), ya que, en muchos casos, fueron publicadas tras los estragos ocasionados por algún temporal marítimo en las infraestructuras y los espacios urbanos litorales. Por ello, la escala de aplicación de las medidas de adaptación propuestas en ellas suele ser en mayor medida regional (un 46,5%) y presentan una propensión más elevada a realizar implicaciones de actuación relacionadas con la disminución de la actividad turística o la transformación adaptativa, al remarcar la necesidad de llevar a cabo un cambio de modelo de turismo o de proponer reformas legislativas que limiten el crecimiento de la oferta turística.

El encuadre de planificación mantiene algunas similitudes con el de vulnerabilidad, ya que sus noticias también se centran en mayor medida en la escala regional, y citan en gran medida a científicos y expertos (un 81%) para analizar la necesidad de adaptarse a impactos como el aumento del nivel del mar, el incremento del riesgo de sequías o la escasez de recursos hídricos. Asimismo, entre sus implicaciones, destaca la reducción de la vulnerabilidad, pero en la tercera parte de estas noticias se plantea también la necesidad de disminuir la actividad turística para adaptarse al cambio climático. No obstante, este encuadre mantiene un tono positivo (un 52,4%) o neutral (un 28,6%) en la mayoría de los casos, y presenta desde un enfoque anticipatorio (un 90,5%) una mayor proporción de acciones preparatorias (un 47,6%), normalmente vinculadas a la planificación de la adaptación a escala regional o local.

Por último, el encuadre que hace referencia a las medidas existentes o a las propuestas de adaptación a escala local es el menos habitual. Estas noticias presentan una clara implicación a reducir la vulnerabilidad y en ellas hay menos presencia de fuentes (un 36,8%), puesto que suelen centrarse en medidas concretas que ya se están implementando o en proyectos de investigación que están preparando la adaptación de algunos destinos. La mayoría de las noticias de este encuadre muestran un tono positivo (un 63,2%) y se centran en la escala local, lo que se evidencia en la elevada presencia de la Administración muni-

cial (un 73,7%), o en la población residente (un 68,4%). Asimismo, en su mayoría, las medidas de adaptación son de carácter anticipatorio (un 78,9%) y de aplicación local o comarcal (un 81,2%), fundamentalmente acciones preparatorias (un 73,7%) o acciones de adaptación (un 21,1%).

5. Discusión

A pesar de la continua reestructuración del periodismo tras la aparición de internet y los medios digitales, los periódicos siguen teniendo un papel clave en la conformación de la opinión pública y la agenda política en relación con el cambio climático y su adaptación, definiendo el discurso y las soluciones potenciales. Aunque la adaptación ha permeado en la cobertura mediática, desde hace años se señala que no está al mismo nivel que otros temas relacionados con el cambio climático, como la mitigación o los impactos que este ejerce (Ford y King, 2015). La falta de interés político y la confusión sobre lo que realmente implica la adaptación han sido documentadas y han contribuido a promover la ausencia de una conciencia sobre ella en la esfera pública (Moser, 2014), aunque parece que comienza a permear en la cobertura mediática española.

El análisis realizado acerca de la cobertura mediática demuestra que existe un creciente interés en los medios de comunicación españoles por la adaptación de la actividad turística al cambio climático. El año 2024 destaca por concentrar casi la mitad de las noticias analizadas, lo que se ha relacionado con el incremento de la publicación de estudios e informes relacionados con el cambio climático y la actividad turística, así como con la constatación de algunos de los impactos en los destinos españoles. Otras investigaciones ya han señalado la naturaleza cíclica de la cobertura mediática de la adaptación al cambio climático y la influencia que ejerce sobre ella la publicación de estudios científicos o informes de organizaciones internacionales, no gubernamentales y organismos gubernamentales (Gómez-Martín et al., 2016), así como la ocurrencia de ciertos eventos extremos, que suponen ventanas de oportunidad periodística para comunicar la necesidad de adaptación (Ford y King, 2015; Kroepsch et al., 2017). En España, los informes o las investigaciones que han dado lugar a una mayor cobertura periodística de la adaptación al cambio climático en el ámbito del turismo se han centrado en los posibles cambios en la demanda turística a largo plazo bajo distintos escenarios (Barrutiabengoa et al., 2024; Matei et al., 2023), la influencia del aumento de las temperaturas extremas en el comportamiento del turista y el gasto turístico (Heymann, 2024a, 2024b) o el análisis de las tendencias recientes en los flujos turísticos internacionales que indican una progresiva desestacionalización y un mayor crecimiento en los destinos del norte de España (Jiménez-García y García Esteban, 2024). Asimismo, destacan las numerosas referencias a estudios y proyectos de investigación sobre el impacto y la adaptación al cambio climático en destinos turísticos litorales (Greenpeace, 2024; CAIB, 2025; MITECO, 2025) y de montaña (OPCC, 2025).

Estos resultados confirman la tendencia identificada en el estudio de Gómez-Martín et al. (2016), que mostraba un creciente interés de la prensa en la escala regional y local. Sin embargo, la ascendente presencia de científicos y expertos en la cobertura mediática y la mayor profundidad de análisis y contextualización de las noticias contrasta con los resultados obtenidos en otras investigaciones (Knowles y Scott, 2021) que remarcaban la falta de referencias científicas fiables en las noticias de prensa sobre la industria del esquí. Además, se han incrementado las noticias que abordan las medidas de adaptación necesarias para afrontar los impactos del cambio climático en el sector y los destinos turísticos, incrementándose del 37,7% identificado en Gómez-Martín et al. (2016) al 53,7% obtenido en esta investigación. Asimismo, las noticias relacionadas con el cambio climático y el turismo han ganado en profundidad y extensión, con un 27,8% de reportajes de género interpretativo y un 62% que superan las 800 palabras, frente al 11,4% y el 21%, respectivamente, que se identificaban en el periodo 1990-2010 (Gómez-Martín et al., 2016).

No obstante, como se ha puesto en evidencia en investigaciones previas en otros países, la cobertura mediática en torno a la adaptación está centrada en declaraciones de reconocimiento sobre la necesidad de adaptarse al cambio climático, muy por encima de noticias que traten acciones preparatorias o medidas de adaptación existentes (Ford y King, 2015), lo que tiene relación con el escaso desarrollo de la adaptación al cambio climático a escala local (Sainz de Murieta et al., 2020). Sin embargo, se ha producido una ampliación de las opciones de adaptación consideradas en los artículos de prensa, superando así los enfoques mediáticos que se centraban en las intervenciones «duras» vinculadas a la ingeniería y la tecnología (Ford y King, 2015).

La aplicación de los marcos identificados por Juhola et al. (2011) a la cobertura mediática de la adaptación del turismo al cambio climático señala la preeminencia de enfoques centrados en el riesgo económico, lo que puede estar marcando la agenda pública. Suele tratarse de noticias que plantean en mayor medida declaraciones de reconocimiento sobre la necesidad de realizar acciones de adaptación a escala local centradas en el sector turístico y/o el turista, y vinculadas con los impactos económicos que desde hace años se indica que repercutirán en el turismo, como el incremento de la temperatura y la pérdida del confort climático (Miró y Olcina, 2020), el cambio en los flujos y en el calendario turístico (Matei et al., 2023; Barrutiabengoa et al., 2024), la reducción de la cobertura nival o la escasez de recursos hídricos (Olcina y Vera, 2016a, 2016b). Asimismo, estas noticias contemplan, en mayor medida que otros encuadres, un enfoque reactivo y medidas duras de tipo ingenieril y tecnológico. Tal y como sugieren otras investigaciones, el contenido del encuadre está relacionado con las implicaciones que se derivan de los artículos periodísticos, lo que puede ayudar a comprender cómo se desarrolla la opinión pública y cómo comunicar las necesidades de que el turismo se adapte al cambio climático (Hansen, 2020). En este sentido, dicho encuadre se centra en proponer actuaciones que limiten el impacto económico del cambio climático, con medidas orientadas a prevenir la pérdida de turistas, redistribuir los

flujos de visitantes o incluso fomentar un crecimiento de la actividad, siendo habitual citar como «oportunidad» las nuevas condiciones climáticas (Hasbún-Mancilla et al., 2017), especialmente para las regiones del norte de España, por sus mejores condiciones climáticas a lo largo del periodo estival. Sin embargo, este enfoque pasa por alto que, para que sean efectivas y no generen otras problemáticas, todas estas medidas deben ser diseñadas e implementadas conjuntamente entre todos los actores territoriales a través de procesos de ordenación territorial y planificación turística (Gómez-Martín, 2017). En segundo lugar de importancia aparece el encuadre de la vulnerabilidad, que se asocia con noticias centradas en los casos donde el riesgo climático es alto o donde ya se están experimentando los impactos del calentamiento global, habitualmente identificados con eventos como inundaciones, temporales marítimos y pérdida de playas, que suponen puntos de inflexión para la implementación de medidas de adaptación reactivas (Santos-Lacueva et al., 2019).

La priorización de marcos mediáticos centrados en la gestión económica y de catástrofes suele aparecer vinculada con políticas de adaptación al cambio climático de carácter reactivo, en lugar de las perspectivas proactivas que están más asociadas a la planificación (Romsdahl et al., 2017). En la prensa española, las noticias de este encuadre tienen una cierta profundidad a la hora de determinar cómo el riesgo ha sido socialmente creado, a través, por ejemplo, de la urbanización del litoral o las infraestructuras costeras, lo que conduce a que, en ocasiones, se identifiquen implicaciones vinculadas con el desarrollo de transformaciones adaptativas que implican una reorientación profunda del modelo de desarrollo turístico (Basset y Fogelman, 2013; Pelling et al., 2015).

Por último, los encuadres menos habituales, pero que precisamente se caracterizan por presentar un tono más positivo y con una mayor presencia de acciones preparatorias o medidas de adaptación de carácter anticipatorio, están relacionados con la planificación y las medidas existentes y propuestas a escala local, principalmente orientadas a la reducción de la vulnerabilidad de los destinos y el sector turístico. En las noticias que pertenecen a estos encuadres hay una mayor presencia de todos los agentes locales, que suelen formar parte de los procesos de adaptación al cambio climático existentes.

Dado el carácter incipiente de la adaptación del turismo al cambio climático, la prensa tiene un gran poder de influencia, al definir su encuadre o su marco interpretativo. En este sentido, los medios, así como los agentes que participan en las noticias, ofrecen distintas interpretaciones sobre quién, cómo y cuándo se debe guiar la adaptación, generando conocimiento sobre algunos de los impactos del cambio climático y de las opciones de adaptación mientras ocultan o suprimen otras medidas, incluidas algunas de adaptación que podrían ser igualmente (o más) efectivas (Fünfgeld y McEvoy, 2011). La influencia constatada de los estudios y de los informes científicos supone una oportunidad para trasladar al ámbito mediático el planteamiento de algunos de los retos pendientes de la adaptación del turismo al cambio climático, como, por ejemplo: la necesidad de que se establezca una coherencia entre las políticas turísticas y de adaptación

al cambio climático, así como la coordinación entre distintos niveles de la Administración (Santos-Lacueva et al., 2018); la identificación y la comunicación de los incentivos y las barreras durante la elaboración de políticas de adaptación (Llausàs y Fraguell, 2023; López y Ribas, 2023); la planificación y la concreción de las medidas de diversificación de la oferta turística (Gómez-Martín et al., 2014); la participación de las comunidades locales en la planificación de la adaptación (INVAT·TUR, 2020; Rudge, 2021) y el diseño y la puesta en marcha de medidas que también incluyan a los trabajadores del sector turístico y a la población residente en áreas turísticas (Yoon et al., 2025); la evaluación de la eficacia de las medidas adoptadas (Berrang-Ford et al., 2021); la adecuación de la planificación territorial en entornos turísticos a los impactos previsibles del cambio climático (Gómez-Martín, 2017; Villar-Navascués et al., 2023), o la adaptación en contextos turísticos de propuestas de equipamientos para reducir la vulnerabilidad a las temperaturas extremas, como los refugios climáticos (Olcina et al., 2025).

6. Conclusiones

Esta investigación aborda, con carácter pionero, cómo se trata la adaptación del turismo al cambio climático en la prensa española. El análisis de 108 noticias recientes ha permitido responder al primer objetivo propuesto, mostrando el creciente interés de la prensa por la adaptación del turismo y la evolución temporal de la cobertura mediática, así como los elementos contextuales que caracterizan las noticias, como las regiones y los destinos más citados, los impactos del cambio climático y los actores implicados, además de las medidas y las estrategias de adaptación mencionadas. La elevada presencia de científicos y expertos, así como de investigaciones e informes centrados en el binomio formado por el cambio climático y el turismo, junto con el incremento del peso del género interpretativo y el reportaje periodístico, denotan que se ha producido una evolución en el tratamiento de la temática en la prensa que tiende a promover una mayor profundidad de análisis y contextualización. Asimismo, se refleja no solo la inquietud por exponer los impactos económicos y territoriales del cambio climático sobre el sector turístico y los destinos, sino también la de informar acerca de las medidas de adaptación necesarias para afrontarlos, ofreciendo una visión proactiva o práctica que involucra a los distintos agentes en la búsqueda de soluciones.

En relación con el segundo objetivo, se ha caracterizado el encuadre mediático de la adaptación del turismo al cambio climático. En líneas generales, se ha identificado que aún prevalecen las noticias centradas en declaraciones de reconocimiento, mientras que las que analizan la implementación concreta de medidas de adaptación son menos frecuentes. Además, existe una alta heterogeneidad en el tono de las noticias y en las medidas propuestas, que suelen combinar adaptaciones «duras» (creación y adaptación de infraestructuras, medidas para reducir la vulnerabilidad al calor o soluciones tecnológicas) y «blandas» (planificación, restauración de espacios naturales, soluciones basadas en la naturaleza y diversificación de productos turísticos). Sin embargo, las

noticias no suelen proporcionar información suficiente sobre aspectos clave para caracterizar completamente todos los aspectos relacionados con las medidas de adaptación, como, por ejemplo, su escala de implementación o los actores involucrados en su desarrollo.

Cabe añadir que el tratamiento de la adaptación por parte de la prensa, considerando los agentes que lideran el proceso, los impactos a los que es necesario hacer frente, las medidas propuestas o sus implicaciones, varían en función del encuadre mediático adoptado. El encuadre mediático que predomina en los medios se relaciona con el riesgo económico que supone el cambio climático para la industria turística. La preponderancia de este encuadre explica que prevalezcan en la prensa una serie de implicaciones de actuación y de medidas de adaptación, lo que responde al tercer objetivo planteado. El encuadre del riesgo económico viene acompañado de una serie de implicaciones de actuación orientadas a prevenir la pérdida, a incrementar el número de turistas o a su redistribución, a partir de la manida noción de la desestacionalización, que a este respecto implica la diversificación de la oferta turística, tanto desde el punto de vista temporal como espacial. El incipiente desarrollo de los planes de adaptación y de las medidas concretas de adaptación a escala local explican la menor proporción de noticias que se adscriben a estos encuadres.

Por último, se han identificado algunas limitaciones que serán consideradas en investigaciones futuras, como el análisis exclusivo de noticias en castellano y no en las otras lenguas cooficiales (catalán, euskera, gallego); la elección de las palabras empleadas como motor de búsqueda (*adaptación*, *turismo* y *cambio climático*), que puede provocar la desestimación de artículos relacionados que no contienen estos términos *sensu stricto*, y el reducido periodo de análisis (2021-2024).

La cobertura mediática es una condición necesaria, aunque no determinante, para el desarrollo de esfuerzos de adaptación en los destinos y el sector turístico, y contribuye a conformar la opinión pública y la agenda política. Este trabajo refuerza la influencia del ámbito científico en la cobertura mediática de la adaptación al cambio climático, lo que indica su capacidad potencial para guiar el enfoque futuro de la prensa. Por tanto, abordar los retos pendientes en la adaptación y la planificación territorial y turística requerirá, asimismo, promover la transferencia de resultados con la sociedad a través de los medios de comunicación.

Financiación

Este artículo es el resultado de los proyectos titulados *Turismo urbano en tiempos de cambio: Estrategias de adaptación y resiliencia en los modelos de planificación y gestión del destino* (ADAPTATUR_Ciudad), ref. PID2020-114186RB-C22, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033, e *Impactos espaciales de la turistificación en ámbitos urbanos: Nuevas herramientas digitales para el diagnóstico y la gestión* (DIGITURBAN), ref. TED2021-131577B, financiado por AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea NextGenerationEU/PRTR.

Referencias bibliográficas

- BARRUTIABENGOA, Joxe Mari; CARTA, Giancarlo; GONZÁLEZ, Nara; PÉREZ, Diego; MÁS, Pilar y YÜCEL, Gül (2024). *Climate change scenarios and the evolution of Spanish tourism*. BBVA Research, Working Paper, 24/11.
- BASSET, Thomas J. y FOGELMAN, Charles (2013). «Déjà vu or something new?: The adaptation concept in the climate change literature». *Geoforum*, 48, 42-53.
<<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.04.010>>
- BERRANG-FORD, Lea; SIDERS, A. R.; LESNIKOWSKI, Alexandra et al. (2021). «A systematic global stocktake of evidence on human adaptation to climate change». *Nature Climate Change*, 11, 989-1000.
<<https://doi.org/10.1038/s41558-021-01170-y>>
- BOYKOFF, Maxwell T. (2008). «The cultural politics of climate change discourse in UK tabloids». *Political Geography*, 27(5), 549-569.
<<https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2008.05.002>>
- CAIB. CONSELL DE L'AUTONOMIA DE LES ILLES BALEARS (2025). *LIFE Adapt Cala Millor: Un proyecto piloto de gobernanza para la adaptación al cambio climático en la costa balear*. Recuperado de <https://www.caib.es/sites/adaptcalamillor/es/portada_dg/> [Consulta: 12 de abril de 2025].
- CARVALHO, Anabela y BURGESS, Jacquelin (2005). «Cultural circuits of climate change in U.K. Broadsheet newspapers, 1985-2003». *Risk Analysis*, 25(6), 1457-1469.
<<https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2005.00692.x>>
- CHETTY, Kavi; DEVADAS, Vijay y FLEMING, Jean S. (2015). «The framing of climate change in New Zealand newspapers from June 2009 to June 2010». *Journal of the Royal Society of New Zealand*, 45(1), 1-20.
<<https://doi.org/10.1080/03036758.2014.996234>>
- DIRIKX, Astrid y GELDERS, Dave (2010). «To frame is to explain: A deductive frame-analysis of Dutch and French climate change coverage during the annual UN Conferences of the Parties». *Public Understanding of Science*, 19(6).
<<https://doi.org/10.1177/0963662509352044>>
- DORTA-ANTEQUERA, Pedro; SÁNCHEZ-ALMODÓVAR, Esther; LÓPEZ-DÍEZ, Abel; DÍAZ-PACHECO, Jaime y OLCINA-CANTOS, Jorge (2024). «Climate change and tourism in Spain: The case of the Canary Islands and the Costa Blanca (Alicante)». En: REMOALDO, Paula; LOPES, Hélder; RIBEIRO, Vítor y ALVES, Juliana (eds.). *Tourism and Climate Change in the 21st Century*. Cham: Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-031-59431-1_7>
- ENTMAN, Robert M. (1993). «Framing: Toward clarification of a fractured paradigm». *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
<<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>>
- FELIU, Efrén; GARCÍA, Gemma; GUTIÉRREZ, Laura; ABAJO, Beñat; MENDIZÁBAL, Maddalen; TAPIA, Carlos y ALONSO, José Andrés (2015). *Guía para la elaboración de Planes Locales de Adaptación al Cambio Climático*. Madrid: Oficina Española de Cambio Climático. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Recuperado de <<https://adaptecca.es/recursos/buscador/guia-para-la-elaboracion-de-planos-locales-de-adaptacion-al-cambio-climatico-vol>>
- FORD, James D. y KING, Diana (2015). «Coverage and framing of climate change adaptation in the media: A review of influential North American newspapers during 1993-2013». *Environmental Science & Policy*, 48, 137-146.
<<https://doi.org/10.1016/j.envsci.2014.12.003>>

- FÜNFELD, Harmut y McEVOY, Darryn (2011). *Framing Climate Change Adaptation in Policy and Practice*. Working Paper 1, VCCCAR Project. Framing Adaptation in the Victorian Context. RMIT University.
- GÓMEZ-MARTÍN, María Belén (2017). «Retos del turismo español ante el cambio climático». *Investigaciones Geográficas*, 67, 31-47.
<<https://doi.org/10.14198/INGEO2017.67.02>>
- GÓMEZ-MARTÍN, María Belén; ARMESTO-LÓPEZ, Xosé A.; CORS-IGLESIAS, Martí y MUÑOZ-NEGRET, Jenny (2014). «Adaptation strategies to climate change in the tourist sector: The case of coastal tourism in Spain». *Tourism*, 62, 293-308. Recuperado de <<https://hrcak.srce.hr/129479>>
- GÓMEZ-MARTÍN, María Belén; ARMESTO-LÓPEZ, Xosé A. y AMELUNG, Bas (2016). «Tourism, climate change and the mass media: The representation of the issue in Spain». *Current Issues in Tourism*, 19(2), 174-198.
<<http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2015.1048196>>
- GREENPEACE (2024). *Crisis a toda costa 2024: Análisis de la situación del litoral ante los riesgos de la emergencia climática*. Greenpeace.
- GÜNAY, Defne; İŞERİ, Emre; ERSOY, Metin y ELEGA, Adeola Abdulateef (2021). «Media Framing of Climate Change Action in Carbon Locked-in Developing Countries: Adaptation or Mitigation?». *Environmental Communication*, 15(5), 663-677.
<<https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1885462>>
- HANSEN, Torben (2020). «Media framing of Copenhagen tourism: A new approach to public opinion about tourists». *Annals of Tourism Research*, 84, 102975.
<<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102975>>
- HARCOURT, Rachel; DE BRUIN, Wändi Bruine; DESSAI, Suraje y TAYLOR, Andrea (2020). «What Adaptation Stories are UK Newspapers Telling?: A Narrative Analysis». *Environmental Communication*, 14(8), 1061-1078.
<<https://doi.org/10.1080/17524032.2020.1767672>>
- HASBÚN-MANCILLA, Julio O.; ALDUNCE-IDE, Paulina P.; BLANCO-WELLS, Gustavo y BROWNE-SARTORI, Rodrigo (2017). «Encuadres del cambio climático en Chile: Análisis de discurso en prensa digital». *Convergencia*, 24(74), 161-186.
<<https://doi.org/10.29101/crcs.v0i74.4387>>
- HEYMANN, David César (2024a). *El impacto del cambio climático en el turismo en España: Análisis y perspectivas*. Caixabank Research. Recuperado de <<https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/turismo/impacto-del-cambio-climatico-turismo-espana-analisis-y-perspectivas>> [Consulta: 11 de abril de 2025].
- (2024b). *La fidelización del turismo y el cambio climático*. Caixabank Research. Recuperado de <<https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/turismo/fidelizacion-del-turismo-y-cambio-climatico>> [Consulta: 11 de abril de 2025]
- INVT·TUR (2020). *Manual para la adaptación de los destinos turísticos al cambio climático*. Valencia: Turisme Comunitat Valenciana.
- IPCC (2021). *Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge y Nueva York: Cambridge University Press.
<<https://doi.org/10.1017/9781009157896>>
- (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Working Group II Contribution to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge y Nueva York: Cambridge University Press.
<<https://doi.org/10.1017/9781009325844>>

- JIMÉNEZ-GARCÍA, Blanca y GARCÍA ESTEBAN, Coral (2024). «La reciente diversificación de los flujos turísticos internacionales hacia España». *Boletín Económico. Banco de España*, 2024/T2, artículo 03.
<<https://doi.org/10.53479/36593>>
- JUHOLA, Sirkku; KESKITALO, E. Carina y WESTERHOFF, Lisa (2011). «Understanding the framings of climate change adaptation across multiple scales of governance in Europe». *Environmental Politics*, 20(4), 445-463.
<<https://doi.org/10.1080/09644016.2011.589571>>
- KNOWLES, Natalie L. B. y SCOTT, Daniel (2021). «Media representations of climate change risk to ski tourism: A barrier to climate action?». *Current Issues in Tourism*, 24(2), 149-156.
<<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1722077>>
- KROEPSCH, Adrienne; KOEBELE, Elizabeth A.; CROW, Deserai A.; BERGGREN, John; HUDA, Juhi y LAWHON, Lydia A. (2017). «Remembering the Past, Anticipating the Future: Community Learning and Adaptation Discourse in Media Commemorations of Catastrophic Wildfires in Colorado». *Environmental Communication*, 12(1), 132-147.
<<https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1371053>>
- LLAUSÀS PASCUAL, Albert y FRAGUELL SANSBELLÓ, Rosa María (2023). «Análisis documental de la (no) adaptación territorial frente al aumento del nivel del mar en la Costa Brava». *Geografía: Cambios, Retos y Adaptación: Actas del XXVIII Congreso de la Asociación Española de Geografía*. AGE y Universidad de La Rioja, 533-542.
<<https://doi.org/10.21138/CG/2023.lc>>
- LOPES, Hélder; REMOALDO, Paula; SILVA, Maurício; RIBEIRO, Vitor y MARTÍN-VIDE, Javier (2021). «Climate in tourism's research agenda: Future directions based on literature review». *Boletín de la Asociación Española de Geografía (BAGE)*, 90.
<<https://doi.org/10.21138/bage.3116>>
- LÓPEZ SIRVENT, Ernest y RIBAS PALOM, Anna (2023). «Percepción y adaptación de los municipios turísticos al aumento de la temperatura y las olas de calor: Entre el desconocimiento y la inacción. El caso del Cap de Creus (Cataluña)». *Investigaciones Geográficas*, 80, 29-55.
<<https://doi.org/10.14198/INGEO.23750>>
- MA, Shihan y KIRILENKO, Andrei P. (2020). «Climate Change and Tourism in English-Language Newspaper Publications». *Journal of Travel Research*, 59(2), 352-366.
<<https://doi.org/10.1177/0047287519839157>>
- MATEI, Nicoleta A.; GARCÍA-LEÓN, David; DOSIO, Alessandro; BATISTA E SILVA, Filipe; RIBEIRO BARRANCO, Ricardo y CÍSCAR MARTÍNEZ, Juan Carlos (2023). *Regional impact of climate change on European tourism demand*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.
<<https://doi.org/10.2760/899611>>
- MÍNGUEZ, Carmen; BLANCO-ROMERO, Asunción y BLÁZQUEZ-SALOM, Macià (2022). «COVID-19 as a stimulus for growth? The Spanish journalistic treatment of tourism during confinement». *Cogent Social Sciences*, 8(1).
<<https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2137274>>
- MÍNGUEZ, Carmen y RICART, Sandra (2024). «Is the tourism perspective envisaged in climate change adaptation planning? Evaluating the road map of political, social and environmental dimension in Spanish Destinations». En: REMOALDO, Paula; LOPES, Hélder; RIBEIRO, Vitor y ALVES, Juliana (eds.). *Tourism and Climate Change in the 21st Century*. Cham: Springer, 65-91.
<https://doi.org/10.1007/978-3-031-59431-1_4>

- MIRÓ, Juan Javier y OLCINA, Jorge (2020). «Cambio climático y confort térmico: Efectos en el turismo de la Comunidad Valenciana». *Investigaciones Turísticas*, 20, 1-30. <<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.01>>
- MITECO. MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO (2025). *Plan de Impulso al Medio Ambiente para la Adaptación al Cambio Climático. PIMA Adapta*. Recuperado de <<https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/planes-y-estrategias/pima-adapta.html>> [Consulta: 12 de abril de 2025].
- MOSER, Susanne C. (2014). «Communicating adaptation to climate change: The art and science of public engagement when climate change comes home». *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 5(3), 337-358. <<https://doi.org/10.1002/wcc.276>>
- OLCINA, Jorge y VERA-REBOLLO, José Fernando (2016a). «Adaptación del sector turístico al cambio climático en España: La importancia de las acciones a escala local y en empresas turísticas». *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 36(2), 321-349. <<http://dx.doi.org/10.5209/AGUC.53588>>
- OLCINA, Jorge y VERA-REBOLLO, José Fernando (2016b). «Cambio climático y política turística en España: Diagnóstico del litoral mediterráneo español». *Cuadernos de Turismo*, 38, 323-359. <<https://doi.org/10.6018/turismo.38.1471>>
- OLCINA, Jorge; MÍNGUEZ, Carmen; VILLAR-NAVASCUÉS, Rubén; MARTÍN-VIDE, Javier; SILVA, Hélder y BLÁZQUEZ-SALOM, Macià (2025). «Refugios climáticos en España: lectura crítica de un equipamiento urbano para el turismo estival». *Investigaciones Turísticas*, 30, 1-25. <<https://doi.org/10.14198/INTURI.28551>>
- O'NEILL, Saffron; WILLIAMS, Hywel T. P.; KURTZ, Tim; WIERSMA, Bouke y BOYKOFF, Maxwell (2015). «Dominant frames in legacy and social media coverage of the IPCC Fifth Assessment report». *Nature Climate Change*, 5, 380-385. <<https://doi.org/10.1038/nclimate2535>>
- OPCC. OBSERVATORIO PIRENAICO DEL CAMBIO CLIMÁTICO (2025). *Life Pyrenees4clima*. Recuperado de <<https://www.opcc-ctp.org/es/proyecto/life-pyrenees4clima-0>> [Consulta: 12 de abril de 2025].
- PELLING, Mark; O'BRIEN, Karen y MATYAS, David (2015). «Adaptation and transformation». *Climatic Change*, 133, 113-127. <<https://doi.org/10.1007/s10584-014-1303-0>>
- ROMERO, Juan y OLCINA, Jorge (eds.) (2021). *Cambio climático en el Mediterráneo: Procesos, riesgos y políticas*. Valencia: Tirant Humanidades.
- ROMSDAHL, Rebecca J.; ROBERT, Andrei Kirilenko; WOOD, Robert S. y HULTQUIST, Andy (2017). «Assessing National Discourse and Local Governance Framing of Climate Change for Adaptation in the United Kingdom». *Environmental Communication*, 11(4), 515-536. <<https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1275732>>
- RUDGE, Kieren (2021). «Changing climate, changing discourse: Analyzing reporting of climate change and economic development in the U.S. Virgin Islands». *Climate Risk Management*, 33, 100350. <<https://doi.org/10.1016/j.crm.2021.100350>>
- SAINZ DE MURIETA, Elisa; OLAZÁBAL, Marta y SANZ, Estibaliz (2020). «¿Están las ciudades españolas adaptándose al cambio climático?». *Papeles de Economía Española*, 163, 160-178.

- SANTOS-LACUEVA, Raquel; ARIZA, Eduard; ROMAGOSA, Francesc y SALADIÉ, Òscar (2019). «The vulnerability of destinations to climate change: A comparative analysis of contextual socio-political factors». *Journal of Sustainable Tourism*, 27(8), 1217-1238.
<<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1607865>>
- SANTOS-LACUEVA, Raquel y VELASCO-GONZÁLEZ, María (2018). «Policy coherence between tourism and climate policies: The case of Spain and the Autonomous Community of Catalonia». *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1708-1727.
<<https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1503672>>
- SCHÄFER, Mike S. y O'NEILL, Saffron (2017). «Frame analysis in climate change communication». En: NISBET, Matthew; HO, Shirley S.; MARKOWITZ, Ezra; O'NEILL, Saffron; SCHÄFER, Mike S. y THAKER, Jagadish (eds.). *The Oxford Encyclopedia of Climate Change Communication*. Nueva York: Oxford University Press.
<<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.487>>
- SEELIG, Michelle I.; DENG, Huixin y LIANG, Songyi (2022). «A frame analysis of climate change solutions in legacy news and digital media». *Newspaper Research Journal*, 43(4).
<<https://doi.org/10.1177/07395329221112391>>
- SOMOZA-SABATÉS, Isabel; PIÑEIRO-NAVAL, Valeriano y DOS SANTOS-ABAD, Jenifer (2023). «Información turística en medios digitales españoles y mexicanos durante la Covid-19». *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, 30, e19665.
<<https://doi.org/10.29101/crcs.v30i0.19665>>
- VARA, Alba de la; CABOS, William; GUTIÉRREZ, Claudia; OLCINA, Jorge; MATAMOROS, Alba; PASTOR, Francisco; KHODAYAS, Samira y FERRANDO, Maite (2024). «Climate change impacts on the tourism sector of the Spanish Mediterranean coast: Medium-term projections for a climate services tool». *Climate Services*, 34, 100466.
<<https://doi.org/10.1016/j.cliser.2024.100466>>
- VILLAR-NAVASCUÉS, Rubén; BAÑOS, Carlos J.; HERNÁNDEZ-HERNÁNDEZ, María y OLCINA, Jorge (2023). «Territorial planning in times of crisis (2008-2022): paradigm shift and re-growth on the Coast of Alicante (Spain)». *Boletín de las Asociación de Geógrafos Españoles*, 99.
<<https://doi.org/10.21138/bage.3450>>
- VON ZABERN, Lena y TULLOCH, Christopher D. (2020). «Rebel with a cause: The framing of climate change and intergenerational justice in the German press treatment of the Fridays for Future protests». *Media, Culture and Society*, 43(1), 23-47.
<<https://doi.org/10.1177/0163443720960923>>
- YACOMIS, P. (2017). «Making Progress?: Reproducing Hegemony through Discourses of “Sustainable Development” in the Australian News Media». *Environmental Communication*, 12(6), 840-853.
<<https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1308405>>
- YOON, Hyerim y RIBAS, Anna (2025). «What it means to be resilient to heatwaves for vulnerable households in mass tourist destinations?». *Climate Risk Management*, 47, 100688.
<<https://doi.org/10.1016/j.crm.2025.100688>>

Anexo

Categorías y elementos de análisis de las noticias sobre la adaptación del turismo al cambio climático en la prensa escrita y digital

Categoría de análisis	Elemento de análisis	Opciones de respuesta
Identificación de la noticia.	Fecha de la noticia.	Abierta.
	Día de la semana.	Especificar el día de publicación de la noticia.
	Periódico.	Abierta.
	Grupo mediático.	Abierta.
Características de la noticia.	Palabras.	Abierta.
	Sección.	Local, regional, medio ambiente, turismo, economía y negocios, sociedad, opinión y otras.
	Género.	Informativo, interpretativo y opinión.
	Subgénero.	Noticia, reportaje, entrevista y opinión.
	Fuentes.	Ausencia y presencia.
Escala, temática y características turísticas.	Escala de análisis.	Local, comarcal, regional, nacional e internacional.
	Localización geográfica.	Abierta.
	Temática de la cobertura mediática ¹ .	Impacto del cambio climático (vulnerabilidad o riesgo económico); adaptación al cambio climático (medidas existentes o medidas necesarias); investigación; planificación; debate social o político; incertidumbre científica, y turismo y emisiones de CO ² .
	Tipo de turismo mencionado ¹ .	Abierta.
	Impacto del cambio climático en el turismo ¹ .	Abierta.
	Agentes citados (varias respuestas posibles).	Administración pública (escala local, autonómica, provincial o nacional); científicos y/o expertos; ciudadanos; ONG; organismos internacionales; políticos; sector turístico; turistas; universidades, y otros.
Adaptación al cambio climático.	Etapas de adaptación.	Acciones de adaptación, acciones preparatorias y declaraciones de reconocimiento.
	Tipo de adaptación.	Medidas blandas (sociales, institucionales o soluciones basadas en la naturaleza); medidas duras (ingenieriles o tecnológicas), y medidas mixtas.
	Momento de adaptación.	Anticipatorio y reactivo.
	Medida de adaptación ¹ .	Abierta. Para cada medida se ha identificado la escala espacial de adaptación y los agentes que intervienen en ella.
	Tono	Positivo, negativo o neutral.

Nota 1. Elemento de análisis que permite varias respuestas posibles.

Fuente: elaboración propia.