

CLIMA | TUS ARTÍCULOS

Redes sociales, tecnología y comunicación climática

Hace unos días se presentaba el libro 'Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático' (Tecnos), coordinado por Maite Mercado y Gemma Teso. Este artículo hace referencia a uno de los capítulos, centrado en la paradoja de que estar informados e informar (o desinformar) sobre las causas y consecuencias del cambio climático también requiere extraer materiales en zonas de conflicto y aumentar las emisiones.

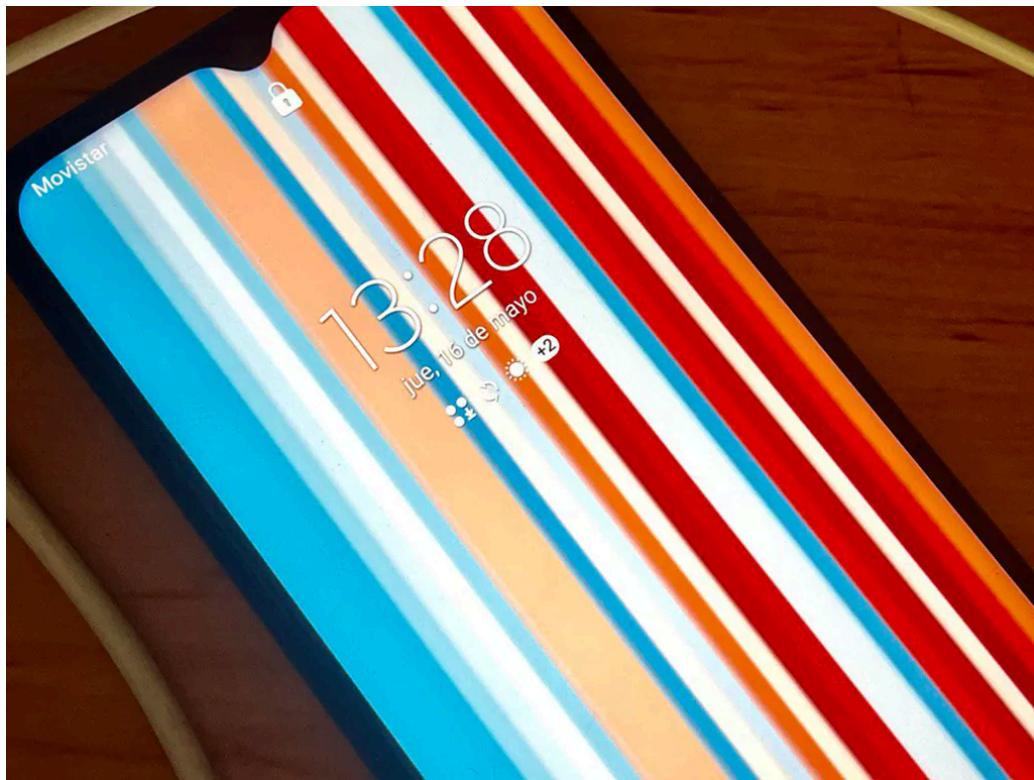


Foto: por cada 80 gramos de peso de un móvil se necesitan más de 44 kilos de materiales para la producción, uso, reciclaje y eliminación

[Política de Cookies](#)

Compartir:



DANIEL RODRIGO-CANO

17 mayo, 2024

La irrupción de las redes sociales en los últimos 30 años ha favorecido el acceso a la información en general, y a la **información ambiental y climática** en particular. Programas de televisión como *Espacio protegido*, en Canal Sur —que se puede ver por Internet—, las secciones especializadas de medios de información generalistas o los medios especializados como *Ballena Blanca* y *Climática* tienen en las redes sociales un gran aliado para su difusión y alcance ante un número de internautas cada día mayor. Además, existen otras formas de comunicación a través de las redes sociales que permiten otras formas de información, como los podcasts, algunos convertidos en referencia como *Estamos muy verdes*, de Isabel Moreno e Irene Baños, o *Greenflags*, de Greenpeace.

Leer noticias, periódicos o revistas online y usar las redes sociales están entre los principales usos que realizan los internautas en España y los medios de comunicación. A través de las redes sociales difunden su información con un marco centrado en la educación ambiental y las condiciones ambientales dando voz a profesionales mediadores y mediadoras y activistas. Sin embargo, **en los medios de comunicación se da voz a la clase política (especialmente hombres) y pocas veces a activistas**, con el foco en las catástrofes ambientales o los aprovechamientos.

[Política de Cookies](#)

Gran parte del consumo de esta información ambiental y climática se realiza a través de teléfonos móviles. Una tecnología que desde los 15 años toda la población española (96%, según el INE, 2022) posee en sus bolsillos. Este consumo masivo está provocando gran cantidad de residuos tecnológicos, el aumento del consumo energético y de emisiones de dióxido de carbono (CO_2). Como indican las investigaciones, por cada 80 gramos de peso del teléfono se necesitan más de 44 kilos de materiales necesarios para la producción, uso, reciclaje y eliminación del producto.



Los materiales utilizados van desde plásticos y aluminio, zinc o cobre hasta cobalto, plata u oro. Materiales que también son utilizados para otros muchos electrodomésticos de los que disponemos en nuestros hogares como aires acondicionados, microondas, juguetes eléctricos, lámparas LED, calculadoras, impresoras, ordenadores... La **extracción y comercialización de algunos de estos materiales** se realizan en situaciones de pobreza, corrupción, explotación infantil, refugiados o genocidios, especialmente con los minerales denominado de sangre o en conflicto, como ocurre con el cobalto en el Congo.

La **basura electrónica** generada tras un uso moderado de estos elementos tecnológicos provoca 54 millones de toneladas métricas de e-waste, 7,3 kg por persona. A todo esto debemos sumarle el consumo energético y la necesidad de espacio para la electrificación.

[Política de Cookies](#)

contribución creciente a las emisiones de gases de efecto invernadero, responsables del cambio climático, del sector de las TIC hasta el 3% del total y en alza.

A su vez, estamos viviendo otra realidad en las redes sociales: las personas que divulgan y comunican las causas y consecuencias del cambio climático están siendo acosadas, insultadas y amenazadas. Por otra parte, desde las redes sociales y algunos medios de comunicación se reproducen y alimentan bulos y noticias falsas con interés económico.

Vamos a necesitar la colaboración de todas y todos en esta tarea, así que las empresas tecnológicas deberán mostrarse más respetuosas con el medio ambiente, con las formas de extractivismo, con los lugares y en las condiciones que se extraen los recursos, qué materiales y qué energía se utiliza y qué residuos generan. Los medios de comunicación deben responsabilizarse de **una comunicación que centre la cobertura en la salud de las personas** y para ello deberá utilizar como fuentes a científicas de la salud y divulgadores como profesionales de la educación ambiental.

Ante esta realidad, también como ciudadanía tenemos una serie de obligaciones:



LA UNI CLIMÁTICA 2025 DE LO COTIDIANO A LO SISTÉMICO: **SOLUCIONES PARA UN MUNDO MEJOR**

¡YA DISPONIBLE!

Todos los contenidos en el Aula Virtual

- Exigir compañías tecnológicas que se planteen un modelo más justo y respetuoso con el planeta.
- Exigir legislación de acuerdo con estas realidades de consumo, de uso de los recursos y la generación de

[Política de Cookies](#)

residuos, el derecho a reparar debe convertirse en obligación de reparar por parte de las empresas de todos los elementos.

- Exigir productos pensados en el concepto "de la cuna a la cuna" a través de un diseño de ciclos de vida infinitos o lo más cercano posible.
- Exigir acabar con la obsolescencia programada.

Si te gusta este artículo, apóyanos con una donación.

10€

25€

50€

Otra cantidad

€

COLABORA

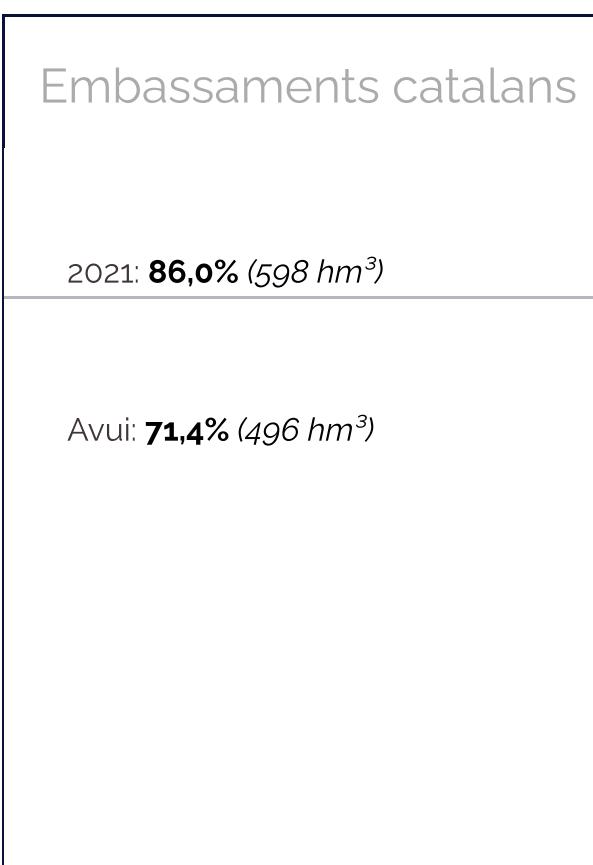
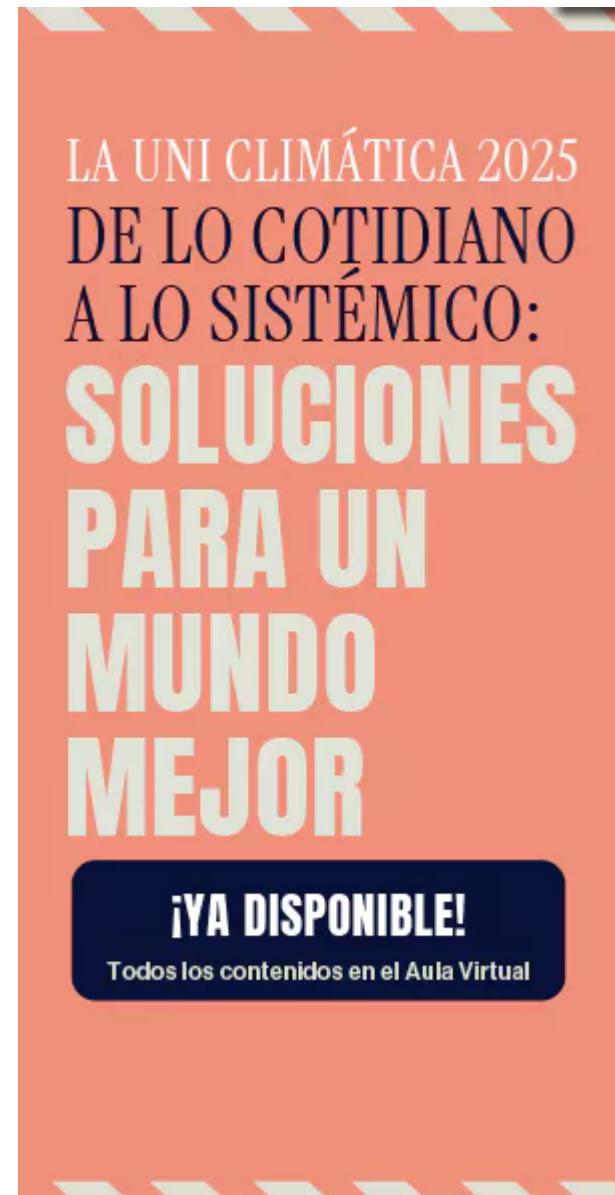


**Som
mobilitat**

**Aquest estiu, mou-te
lliurement i sense
emissions!**

Uneix-te a la cooperativa per
només 10 € i accedeix a tota la
flota des de l'app.

[Política de Cookies](#)



[Política de Cookies](#)

Segueix aquí l'evolució de les conques internes.



COMENTARIOS

SIGUIENTE ARTÍCULO

Un 28% de los bulos de la DANA se originó o difundió desde entornos periodísticos profesionales

Un estudio de la Universitat Politècnica de València y la Universidad Internacional de Valencia revela que la «ola de bulos» en la DANA que causó más de 230 fallecidos agravó la emergencia y socavó la confianza.

EFE

ARTÍCULOS RELACIONADOS

[Política de Cookies](#)

Fin al genocidio en Gaza ya y fin a los fósiles para 2030

En el contexto del movimiento internacional en apoyo a Palestina, dos estudiantes de la Universidad de Lisboa escriben este artículo de opinión que conecta el genocidio en curso en Gaza con la explotación de recursos fósiles, pilar del mismo sistema responsable de la crisis climática.

TUS ARTÍCULOS

[Política de Cookies](#)

Corredor Lobito: un tren y un puerto para acelerar la extracción de minerales de África

Estados Unidos y la Unión Europea apuestan por revitalizar una antigua ruta colonial para incrementar el suministro de materiales como el cobalto o el cobre y plantarle cara a China en el continente africano, mientras intentan mantener ocultos los posibles impactos sociales y ambientales.

JUAN F. SAMANIEGO

Los dos “Mobiles”: radiografía del impacto ecosocial del sector de los ‘smartphones’ (1)

Mientras que cifras y especialistas alertan sobre la insostenibilidad del modelo lineal de producción y consumo rápido de la industria de la tecnología móvil, tan sólo una única sesión de las 335 charlas programadas en el MWC2024 está específicamente dedicada a la circularidad y la transformación digital sostenible.

HELENA RODRÍGUEZ

Política de Cookies

Climática

Ayúdanos a hacer Climática posible. Haz una donación o suscríbete desde 30€ al año.

ACTUALIDAD

Global

Local

Biodiversidad

Cultura

Soluciones

CONÓCENOS

Qué es Climática

Nuestros principios

Equipo

Transparencia

Política de privacidad

Política de cookies

Contacto

KIOSCO

Tienda

Donaciones

Suscripciones

Regala suscripciones

Magazine

Cursos

Condiciones de compra

[Política de Cookies](#)

SÍGUENOS



Recibe en tu correo las noticias más recientes, eventos destacados y actividades que te interesan. Apúntate a nuestro boletín hoy mismo.

Apúntate al boletín

Estoy de acuerdo con la política de privacidad.

Con el apoyo de:



Con la colaboración de:



MásPúblico sociedad cooperativa. Licencia CC BY-SA 3.0.

[Política de privacidad](#) [Devoluciones y reembolsos](#) [Uso de cookies](#)

[Política de Cookies](#)