

L'ús dels mitjans de comunicació pel negacionisme gris a Espanya: acusant el missatger

 **JAVIER CALLEJO** Universidad Nacional de Educación a Distancia (Espanya) mcallejo@poli.uned.es

Resum

El negacionisme climàtic a Espanya és minoritari, tot i que s'hi aprecia un nucli important que es resisteix a admetre, si més no, la urgència d'actuar davant el fenomen. L'article mostra els resultats d'un estudi empíric -a partir d'una estratègia de recerca mixta que fa servir enquesta amb qüestionari estandaritzat i un mètode grupal concret que hem denominat grups interpel·latius- de les empremtes del negacionisme climàtic des de tres aspectes: a) la fixació de les opinions distants amb el canvi climàtic; b) la relació diferencial amb els mitjans de comunicació entre els qui mostren algun grau de distància, i c) el paper dels mitjans de comunicació com a referència per fonamentar les expressions de distància.

Paraules clau

Negacionisme, cascada informativa, grups interpel·latius, mitjans de comunicació, canvi climàtic.

Abstract

Although climate denialism in Spain is a minority view, there is an important core group that resists the idea of the need to act urgently against this phenomenon. This article presents the findings of an empirical study based on a mixed research strategy involving a standardised questionnaire survey and a specific group method that we have termed interpellative groups. The study examines the presence of climate denialism from three perspectives: a) formation of distant opinions on climate change; b) differential relationships with the media among those who exhibit some degree of distance; c) the role of the media as a reference in substantiating expressions of distance.

Keywords

Denialism, information cascade, interpellative groups, media, climate change.

Rebut: 11/7/25 - Revisat: 13/10/25 - Acceptat: 14/1/26

Com citar:

Callejo, J. (2026). L'ús dels mitjans de comunicació pel negacionisme gris a Espanya: acusant el missatger. *Quaderns del CAC*, 52, 31-42. doi: <https://doi.org/10.60940/qcac52id9800233>

Introducció

Si partim de la seva definició com a rebuig al que és acceptat de manera general, ja sigui un esdeveniment, un fenomen o un procés, qualsevol negacionisme és minoritari des de la perspectiva de l'estat de l'opinió pública d'una societat. Aquesta mena de vocació de minoria originària, que té les claus que descobreixen allò que altres creuen de manera ingènua (Francescutti, 2024), pot constituir, però, el focus perquè es gestin dubtes en les posicions socials menys definides respecte de l'objecte (esdeveniment, fenomen, procés). Dubtes que tendeixen a expressar-se de manera diferent al negacionisme original o ontològic (que es limita a negar l'existència del fet) i que es difuminen en una pluralitat de posicions i expressions, centrades en especial a negar part de les seves característiques essencials. El que es trobava reduït a un grapat de militants combatius contra el consens, s'estén en forma de dubte paralitzador entre els qui configuraven el consens majoritari. Potser no s'estengui el nombre de negacionistes en sentit estricte o ontològic, però sí, segons el fenomen, el de la categoria de negacionistes que no neguen tot.

Amb relació al canvi climàtic, que és el fenomen central d'aquest treball, el dubte generat pot acabar per travessar-nos a tots, com indiquen Washington i Cook (2011:3). Ara bé, si l'extensió del dubte –davant afirmacions força consolidades pel sistema de la ciència– es troba ja en els conflictes mediambientals inicials, la multiplicació d'actors en el sistema de comunicació, amb especial protagonisme de xarxes socials i blocs específics, i el requeriment de mesures concretes per afrontar el problema, semblen alimentar l'estat de dubtes, davant les evidències empíriques mateixes.

És justament en el nexa que vincula els mitjans de comunicació amb posicions de –almenys– distància respecte del canvi climàtic on se situen les indagacions d'aquest article. A partir dels resultats d'una recerca empírica¹ que articula mètodes quantitativs amb mètodes qualitativs, ens centrem en aquest nexa. Primer, intentant donar compte de l'ús diferencial de mitjans de comunicació entre posicions de caire negacionista. En segon lloc, i ja focalitzats en les posicions socials que mostren dubtes respecte del canvi climàtic, en el paper que pren la referència als mitjans.

Una observació empírica que ha permès registrar empremtes del procés de l'atenció i la interpretació selectives dels continguts mediàtics amb relació al canvi climàtic. Es pot parlar així d'un eco que serveix per manifestar-se distant respecte del fenomen del canvi climàtic i les mesures que requereix, sense que això exigeixi identificar-se o simplement manifestar-se com a negacionista. Part de la mostra consultada es fa ressò, prenent com a referència els mitjans de comunicació, del dubte i de la manca d'urgència en les accions respecte

del canvi climàtic. Ara bé, no sembla que sigui tant el ressò que troben els continguts de mitjans de comunicació, amb relació a aquest tema, en aquesta part distant de la societat, com que la referència als mitjans serveix per fer-se ressò dels seus dubtes. Així és com funciona la *cambrà d'eco*, matisant una mica les propostes de Sunstein (2003, 2009), de qui prenem especialment el concepte de *cascada*, ja que el procés pren la forma d'una cascada del dubte. Uns dubtes respecte del canvi climàtic que han arribat a fomentar la polarització de la societat al voltant del fenomen (Dunlap *et al.*, 2016; Hochschild, 2018:33). Als Estats Units, on s'han fet més recerques sobre les bases socials del negacionisme, els resultats de les enquestes d'opinió n'estimen la presència entre el 20% i el 30% de la població.

Situant-nos en el nostre espai, convé assenyalar que el negacionisme climàtic a Espanya es pot considerar minoritari, tot i que manté una proporció notable, lluny de minvar amb el pas del temps. Resultats de les enquestes de la FECYT (2023, 2025) i del CIS mostren tendències destacables a certa distància social del fenomen: el percentatge dels menys preocupats pel canvi climàtic ha sobrepassat el 28% l'octubre del 2024 (estudi núm. 3478 del CIS) i presenta una mitjana del 24% durant aquell any.

Hi ha rastres de creixement de posicions que es poden considerar com –almenys– crítiques amb la presentació que la major part dels experts fan del canvi climàtic i les seves conseqüències. Tenint en compte, com un índex molt indirecte (Ramos i Callejo, 2022), el grau de preocupació sobre el canvi climàtic, s'observa que al voltant d'un quart de la població espanyola de més de 18 anys es mostra distant del fenomen. Una evolució que no sembla una qüestió transitòria (García 2024:332). Això fa que calgui considerar com a rellevant l'observació sociològica d'aquest nucli de l'opinió pública espanyola i, en especial i com es fa en aquest treball, el nexa existent amb els mitjans de comunicació.

L'ampliació expressiva en l'estratègia del negacionisme del canvi climàtic

La introducció del dubte respecte del canvi climàtic ha anat ampliant l'espectre del negacionisme. Es difumina en una varietat d'expressions que eviten identificar-se amb el negacionisme original o ontològic, aquell que es limita a rebutjar l'existència del fenomen. Així, analitzant mitjans de comunicació i propostes de polítiques públiques, Lamb *et al.* (2020) plantegen la presència de fins a dotze tipus de discursos, que configuren quelcom més que el negacionisme. Se'n denomina *obstruccionalisme* o, sobretot, *retardisme* (*delayism*), subratllant així la seva vinculació amb l'objectiu de retardar les polítiques de lluita contra el canvi climàtic. En la mesura que aquestes concrecions estenen el negacionisme original, ara centrant-se en algun

dels seus perfils definitoris, preferim continuar denominant-lo *negacionisme* i, per matisar, *negacionisme gris*.

Són diferents línies d'un negacionisme climàtic que reinterpreten el negacionisme original. Ja no se'n nega l'existència, nucli dur del negacionisme, sinó que reinterpreten o directament posen en dubte algunes de les seves característiques. Així, en lloc de: a) prendre'l com a amenaça devastadora, es reinterpreta com un fenomen potencialment beneficiós, del qual es poden derivar avantatges (Washington i Cook, 2011); b) admetre'l com a efecte de l'acció humana, es reinterpreta com un fenomen autònom o natural (Rahmsfort, 2004); c) assumir-lo com un problema que han d'aturar les societats de manera urgent, es reinterpreta com a poc urgent o impossible d'aturar, a la qual cosa, com a molt, només cal adaptar-se (Dryzek et al., 2013; Capstick i Pidgeon, 2014; Mann, 2021), o d) situar-lo com a vertebrador de les polítiques públiques i els seus pressupostos, se'n destaca el cost alt en clau de benestar social i creixement econòmic.

Davant l'acumulació d'evidències, vivencials i científiques, que fan poc sostenible la negació de l'existència del canvi climàtic, el negacionisme deriva en altres expressions, que alimenten el dubte i, sobretot, les resistències potencials dels ciutadans a l'acció. Variacions expressives del negacionisme que es tendeix a atribuir a l'acció de focus interessats (corporacions energètiques, *think tanks*, etc. (Dunlap i Jacques, 2013) o posicions polítiques (Lamb et al., 2020), que utilitzen els mitjans de comunicació de manera instrumental.

El que és interessant per a aquest treball són les investigacions que observen com el negacionisme s'introdueix en l'agenda pública i trenca el consens anterior (Skocpol, 2013; Antonio i Brulle, 2011; De Pryck i Germenne, 2017). És aquí on el treball dels mitjans en la difusió del negacionisme climàtic es fa, fonamentalment, a partir del suport a persones no expertes en el camp, però amb la *jaqueta* de científiques (Klein, 2015; Lahsen, 2008 i 2013; Oreskes i Conway, 2018; Young i Fitz, 2020): editorials que publiquen els seus llibres i revistes (Dunlap i Jacques 2013); mitjans de comunicació tradicionals que es fan ressò de les seves propostes i els donen una empremta de respectabilitat (Boykoff 2013; Boykoff i Boykoff, 2004, Elsasser i Dunlap 2013; Mayer 2012) i les xarxes socials (Jacques i Knox, 2016) en les quals prenen protagonisme blogs negacionistes actius (Coan et al., 2021, Sharman,, 2014).

Es tracta de recerques de gran interès que aborden les formes del negacionisme prenent com a objecte els discursos o els continguts dels mitjans de comunicació. A Espanya, on s'ha constatat el protagonisme creixent de l'assumpte del canvi climàtic als mitjans (Rodrigo-Cano i Fernández-Muerza, 2024), són escasses les publicacions que han abordat el nexa entre negacionisme i els nostres mitjans de comunicació (Martín-Sosa i Jiménez Gómez,

2021). Dins d'aquest nexa, aquí el punt d'atenció es trasllada dels mitjans a les posicions pròpies que podem definir com a negacionistes o, almenys, amb dubtes respecte del canvi climàtic, que es manifesten en el que hem denominat *economia expressiva del negacionisme del canvi climàtic*.

L'objectiu d'aquesta recerca és fixar la relació entre les diferents posicions negacionistes –partint de la inicial mera negació del fenomen– i preguntar-nos quins mitjans de comunicació utilitzen, amb caràcter diferencial, aquells que mantenen alguna de les posicions negacionistes o dubten o tenen incerteses rellevants sobre alguns dels trets actuals de fenomen del canvi climàtic –sostinguts per l'àmplia majoria de membres del sistema de la ciència–, com ara l'antropogènesi, els seus efectes negatius d'importància alta i greu o la necessitat de mesures urgents en la lluita contra el seu avenç, encara que siguin costoses.

Metodologia

El material empíric procedeix d'una recerca el disseny de la qual va articular mètodes quantitatius i qualitius. Aquí, la perspectiva qualitativa es concreta en nou experiències grupals a les quals hem denominat *grups interpel·latius*, les característiques i els perfils dels quals són els següents:²

1: Dones/homes ocupats (40-50 anys), de classe mitjana-mitjana, residents a l'àrea metropolitana de Madrid i amb fills entre 8 i 15 anys.

2: Dones/homes estudiants universitaris (19-23 anys), en disciplines no relacionades amb el medi ambient i residents a Madrid (ciutat).

3: Dones/homes treballadors en grans o mitjanes empreses (30-40 anys), que duen un mínim de 2 mesos buscant canviar d'habitatge. La meitat, residents a la ciutat de Madrid. L'altra meitat, a la seva àrea metropolitana.

4: Dones de classe popular en situació d'atur (35-45 anys) i residents a la ciutat de Madrid.

5: Dones/homes jubilats de classe mitjana urbana (68-75 anys) i residents a Madrid (ciutat).

6: Dones/homes estudiants universitaris de grau de ciències i enginyeries (19-22 anys), i residents a València.

7: Homes, mitjans empresaris (30-40 anys) i residents a València.

8: Dones, mestresses de casa, de classe mitjana (40-50 anys) i residents a València.

9: Dones/homes representants d'empresaris, membres actius del moviment ecologista i residents a València.

10: Noies adolescents participants en manifestacions d'Extinction Rebellion, o de Fridays for Future o en vagues climàtiques (15-17 anys) i residents a València.

Els participants de tots els grups van mantenir reunions en sales habilitades per a això. En el cas de Madrid, es va comptar amb el lloguer de la sala de l'institut Centro de Reuniones. A València, es va disposar d'una

sala dissenyada per a aquest tipus d'experiències a la Universitat de València. Totes les reunions en aquestes dues ciutats es van fixar d'acord amb raons pressupostàries, ja que l'equip estava format per professors de diferents universitats de Madrid i de la Universitat de València, però amb la justificació que així s'abastaven, i de manera polar, els criteris de: clima (continental/mediterrani), proximitat al mar (distància/rodalia) o experiències de desastres climàtics. El material verbal produït durant les reunions va ser transcrit per transcriptors professionals, i l'equip d'investigació en va repassar la literalitat, amb l'acarament amb els registres en àudio.

Aturant-nos en el disseny de la dinàmica que es va plantejar a aquests grups, va adoptar característiques relativament diferents dels mètodes grupals de recerca social més coneguts: els grups de discussió i els grups focalitzats. Es plantejaven com a experiències en què s'esperava que les manifestacions de representació del canvi climàtic, del futur o dels dubtes respecte del canvi climàtic, sorgissin de la interpel·lació directa entre els participants i, sobretot, perquè, després d'una primera fase oberta de la dinàmica, s'interpel·lava de manera directa –per part de qui tenia la responsabilitat de moderar– els participants sobre el grau d'implicació en les seves manifestacions i en potencials mesures o polítiques públiques a desenvolupar per afrontar el repte del canvi climàtic. Un cop entrada la dinàmica en la lògica de les interpel·lacions, es convidava que cadascun dels participants interpel·lés els altres participants. Un canvi en la dinàmica que, d'una banda, significa cert trasllat del centre del treball del grup des de l'objecte –en aquest cas, el canvi climàtic– a la implicació de l'acció dels participants, amb l'objecte, amb qüestionaments com: “fins a quin punt això que has dit, tu...?”, “tu/vosaltres ho faríeu?”, “ell/ella ha dit això, què li preguntaries?”, etc. D'altra banda, per agilitzar aquesta dinàmica interpel·lativa –en lloc de la dinàmica consensual (grups de discussió) o objectual (grups focals)– es va reduir el nombre de participants a quatre o cinc, que, a més d'una posició relativament homogènia en l'estructura social, tenien alguna característica oposada, potencial font de divergències en alguns dels grups: residència en ciutat, davant residència en àrea metropolitana; petits empresaris i ecologistes, vegetarians i omnívors. Cal tenir en compte que els objectius principals de les dinàmiques eren els matisos diferencials en la representació del canvi climàtic, els dubtes o les incerteses existents pel que fa a les característiques del canvi climàtic i l'aproximació al grau d'implicació o de debat que suscitaven diferents tipus de mesures de lluita contra el canvi climàtic.

Assumint que el negacionisme gris compta amb menys legitimació social per manifestar-se públicament –menys que el reconeixement de totes les característiques que de manera dominant ha formulat la ciència sobre el canvi climàtic, la identificació abstracta amb la preocupació

pel fenomen o la necessitat d'assumpció de mesures per enfrontar-s'hi– la dinàmica interactiva genera un context de situació apropiat perquè aflori. Sorgeixen així arguments que justifiquen la distància amb el grau més baix d'identificació amb el fenomen, les seves característiques diverses o amb les seves mesures potencials.

Les experiències grupals es van desenvolupar abans que l'enquesta amb qüestionari estandarditzat, ja que una de les finalitats de l'articulació metodològica era que l'anàlisi del material verbal produït pels grups, i fins i tot part d'aquest material (frases, expressions), servís per construir el qüestionari. El treball de camp va tenir lloc entre el quart trimestre del 2019 i el primer trimestre del 2020.

El qüestionari va ser aplicat telefònicament a una mostra de 2.005 persones majors d'edat residents a Espanya, amb estratificació proporcional per províncies. L'error de mostreig, sota el supòsit de mostreig aleatori simple, és de +/- 2,19% per al conjunt de la mostra i amb un nivell de confiança del 95%. Els membres de la mostra van ser seleccionats de manera aleatòria per quotes d'edat, sexe i activitat. La taula 1 ofereix la distribució final de la mostra.

El qüestionari constava de 24 preguntes, amb una durada mitjana de 29 minuts i mig. El treball de camp va tenir lloc entre maig i juny del 2020. Els resultats del qüestionari ens han servit principalment per fixar posicions relativament distants respecte del canvi climàtic i l'ús de mitjans de comunicació, en els quals els subjectes obtenen informació sobre el canvi climàtic.

La pregunta 16 és la que ens serveix com a *proxy* de la distància al canvi climàtic: “Els diferents països han respost amb estats d'alarma o d'emergència al coronavirus. Creieu que s'ha d'actuar de la mateixa manera respecte del canvi climàtic?” Com es pot apreciar, és una pregunta que, intentant fer de la necessitat virtut, se situa en el context de la crisi del coronavirus. Doncs bé, el 15,6% va respondre que no i el 5,1%, que el canvi climàtic no exigia mesures urgents. Un 20,7% del total de la mostra que té el seu reflex en la distribució de respostes a altres preguntes del qüestionari. De fet, en la primera aproximació al tema del canvi climàtic realitzada a la pregunta 8, que demana a les persones entrevistades, després de ser qüestionades sobre diferents actituds cap al futur, si poden dir “el seu grau de preocupació (entre 10, molt preocupat/ada, i 0, res preocupat/ada o no tinc ni idea d'això) respecte dels aspectes següents”,³ en aquest 20,7% que es distancia de la urgència de les mesures contra el canvi climàtic, la proporció dels que mostren un grau de preocupació per sobre de 7 respecte del canvi climàtic és del 68,3%, davant el 85,3% dels que consideren urgent l'actuació davant el fenomen. Tenint en compte la distribució de les respostes de la mostra a aquestes dues preguntes, s'obté un 6,6% que es troba relativament poc preocupat pel canvi climàtic i que no considera urgent l'actuació. Un percentatge que, és clar, és minoritari, ja

Taula 1. Distribució de la mostra per variables sociodemogràfiques (percentatge en vertical a cada variable)

SEXE	Home	47,1%
	Dona	52,9%
EDAT	18-24 anys	11,0%
	25-34 anys	13,9%
	35-44 anys	19,4%
	45-54 anys	19,1%
	55-70 anys	19,2%
	Més de 70 anys	17,6%
HÀBITAT	Menys de 50.000 hab.	44,7%
	De 50.001 a 100.000 hab.	14,0%
	De 100.001 a 500.000 hab.	24,2%
	Més de 500.000 hab.	17,0%
ESTUDIS	Sense estudis (estudis primaris sense acabar)	6,2%
	Primer grau (Certificat escolar, EGB 1a etapa, més o menys 10 anys)	15,2%
	Segon grau 1.º cicle (Batxillerat elemental —16 anys—, 1r i 2n ESO, FP 1)	14,6%
	Segon grau 2n cicle (FP 2, Batxillerat, BUP, 3r i 4t ESO, COU, 1r i 2n Batxillerat)	30,1%
	Tercer grau 1.º cicle (enginyeria tècnica, escoles universitàries, arquitectura tècnica, peritatge, magisteri, ATS, etc.)	11,6%
	Tercer grau 2n cicle (universitat, llicenciatura superior, facultats, escoles tècniques superiors, doctorats, etc.)	22,1%
ACTIVITAT	Feina	53,0%
	A l'atur, havent treballat abans	14,5%
	A l'atur, a la recerca de la seva primera feina	0,2%
	Estudis	2,7%
	Treball domèstic	3,4%
	Pensionista/jubilat	26,2%
CLASSE SOCIAL SUBJECTIVA	Classe alta	1,1%
	Classe mitjana-alta	12,3%
	Classe mitjana - mitjana	40,6%
	Classe mitjana -baixa	20,0%
	Classe baixa	25,9%

Font: Projecte INCERCLIMA.

que es troba entre el 2,4% que el CIS situa mantenint que el canvi climàtic no és conseqüència de l'acció de l'home (estudi núm. 3398, març del 2023) i el 8,2% que opina que el canvi climàtic no existeix (estudi núm. 3362, abril del 2022).

Resultats

1. La diferència en l'ús de mitjans

Després de la transformació de categories presents en les variables del qüestionari utilitzat, s'han obtingut dos perfils que es poden considerar oposats. D'una banda, els que perceben el canvi climàtic amb certa despreocupació i no el consideren un assumpte sobre el qual calgui actuar de manera urgent: el 6,6% del total de la mostra. De l'altra, els que perceben el canvi climàtic amb preocupació i com una cosa urgent: el 51,3% de la població. Doncs bé, la relació

amb els mitjans de comunicació d'aquestes dues noves categories s'observa des de dues perspectives: els canals referits sobre recepció d'informació en relació amb el canvi climàtic i la confiança en diferents mitjans de comunicació com a transmissors d'aquest tipus d'informació.

La primera aproximació assumeix com a hipòtesi que les fonts d'informació utilitzades poden ser a la base de la construcció de les posicions respectives. S'aborda a partir de l'anàlisi de la resposta a la pregunta 10 del qüestionari que demana a cada persona entrevistada: "si ha rebut informació sobre el canvi climàtic i les seves conseqüències a través de... [es van presentant de manera rotatòria diferents mitjans]". Els resultats són els que apareixen a la taula 2.

A la major part de les fonts d'informació potencials plantejades, els qui perceben el canvi climàtic amb preocupació i com una cosa urgent tendeixen a utilitzar-

Taula 2. Canals a través dels quals s'ha rebut informació sobre el canvi climàtic i les seves conseqüències, segons posició respecte del canvi climàtic (percentatge que ha rebut informació a través d'aquest canal)

	Despreocupats i sense urgència	Preocupats i amb urgència
Notícies en televisió	81,8%	89,8%
Diaris (en paper o internet)	68,2%	76,2%
Ràdio	59,1%	66,5%
Facebook	45,5%	49,1%
Twitter	27,3%	28,4%
Telegram	24,2%	17,0%
WhatsApp	34,1%	38,9%
YouTube	40,9%	46,0%
Altres xarxes socials (altres que les anteriors)	31,1%	31,6%
Documentals (en cinema o televisió)	64,4%	80,6%
Revistes de divulgació científica (<i>Muy Interesante, Investigación y Ciencia, Quo...</i>)	43,2%	51,2%
Revistes científiques/Llibres científics	45,5%	49,6%
Conferències, xerrades públiques d'experts o expertes	34,1%	40,0%

Font: Projecte INCERCLIMA.

les més. Els despreocupats i sense urgència en l'acció refereixen en menys proporció l'ús de fonts per a la recepció d'informació sobre el canvi climàtic. La diferència és especialment destacable en el cas de documentals en cinema o televisió, amb més de 16 punts percentuals, i de fonts més comunes, com les notícies de televisió i els diaris, amb 8 punts percentuals.

Tenint en compte el que s'ha exposat, les diferències inverses cobren rellevància: les fonts referides en una proporció més elevada pels distants del canvi climàtic. És el cas de la xarxa social Telegram, amb més de 7 punts percentuals de diferència. Utilitzada com a font d'informació sobre el canvi climàtic pel 17% dels preocupats, puja al 24,2% dels distants respecte del canvi climàtic. Des d'aquesta observació caldria dir que no és tant l'ús de les xarxes socials *online* en general el que es pot connectar amb posicions de distància respecte del canvi climàtic, sinó xarxes socials *online* específiques, com passa amb Telegram. Això sí, Telegram també és la xarxa social *online* de la qual, entre les anomenades al qüestionari, es rep menys informació sobre el canvi climàtic. No obstant això, cal tenir en compte que la referència a altres mitjans (televisió, diaris, ràdios) es fa sense marca (cadena o capçalera), per la qual cosa l'anàlisi no deixa de ser una aproximació superficial a la diferència en la recepció d'informació de dos perfils diferents respecte del canvi climàtic.

El grau de confiança que es té en els diferents canals a través dels quals es rep informació sobre el canvi climàtic també marca diferència entre els dos perfils. Com mostra la

taula 3, els distants respecte del canvi climàtic assenyalen menys confiança en aquests mitjans, fins i tot respecte de Telegram. Tot i que compta amb més proporció d'usuaris entre els distants, la confiança en aquesta xarxa social *online* obté una mitjana similar a l'assenyalada pels més preocupats amb el canvi climàtic, ja que tot just els separa 6 centèsimes.

Per a distants i implicats, el canal de més confiança el constitueixen les conferències o les xerrades públiques d'experts. No obstant això, els més preocupats assimilen la confiança que donen als documentals (en cinema o televisió), una font que ja s'havia mostrat rellevant en la part qualitativa de la recerca, especialment quan va ser referida de manera espontània pel grup de jubilats de Madrid.

Les xarxes socials *online* són les que obtenen els graus de confiança més baixos entre tots dos perfils. YouTube és la que presenta més mitjana de confiança entre tots dos perfils. Telegram és la que menys confiança rep. Cal tenir en compte que la pregunta sobre la confiança a aquestes fonts d'informació sobre el canvi climàtic es fa a tota la mostra, amb independència que la facin servir. Quan es té en compte els seus usuaris respectius de manera exclusiva, la puntuació de la mitjana de confiança puja al 4,81 entre distants i al 5,05 entre implicats. No obstant això, aquí cal destacar que, entre els primers –despreocupats, sense urgència en l'actuació i usuaris de Telegram per informar-se del canvi climàtic– aquesta puntuació és superior a la donada a les notícies de televisió (4,75), Facebook (4,69), Twitter (4,69), WhatsApp (4,56), YouTube (4,59) o altres xarxes socials (4,56).

Taula 3. Grau de confiança en diferents canals per a la recepció d'informació sobre el canvi climàtic, segons posició respecte del canvi climàtic (mitjana, entre 0 i 10)

	Despreocupats i sense urgència	Preocupats i amb urgència
Notícies en televisió	5,11	6,51
Diaris (en paper o internet)	5,48	6,50
Ràdio	5,79	6,56
Facebook	3,66	3,94
Twitter	3,47	3,62
Telegram	3,10	3,16
WhatsApp	3,67	3,72
YouTube	3,91	4,40
Altres xarxes socials (altres que les anteriors)	3,49	3,78
Documentals (en cinema o televisió)	6,00	7,26
Revistes de divulgació científica (<i>Muy Interesante</i> , <i>Investigación y Ciencia</i> , <i>Quo...</i>)	6,02	7,02
Revistes científiques/Llibres científics	6,63	7,20
Conferències, xerrades públiques d'experts o expertes	6,40	7,26

Font: Projecte INCERCLIMA.

En línies generals, el dibuix del nexa amb els mitjans en tots dos perfils és bastant semblant: a) fonts de poc ús, però en els qual hi ha una confiança àmplia: conferències d'experts, revistes de divulgació i revistes científiques; b) fonts de poc ús –per sota del 40%– i de relativa poca confiança general: Telegram, Twitter i WhatsApp; c) fonts amb una mica més d'ús i confiança: YouTube i Facebook, i d) fonts més extensament utilitzades, tot i que amb una confiança igual o inferior a les del tipus a: notícies de televisió, diaris, ràdio i documentals, sent aquesta última categoria específica la que més diferencia distants de preocupats, ja que els documentals són més utilitzats i obtenen més confiança entre els segons.

2. La recepció de les notícies sobre el canvi climàtic

La referència a fonts d'informació sobre el canvi climàtic ha estat molt present en les dinàmiques grupals realitzades. Especialment en la fase més oberta i menys directiva d'aquestes dinàmiques, amb el que això té d'índex de rellevància. Cal apuntar que en aquesta exposició de l'anàlisi realitzada s'hi destaquen més els sentits en comú produïts per les posicions distants –i no tan distants– presents en els grups, que les diferències entre unes posicions i categories socials i altres.

En una primera aproximació, sorprèn el que es pot considerar una paradoxa respecte de l'avaluació de la informació disponible sobre el canvi climàtic. Situació paradoxal quan, fins i tot els grups més informats i menys distants respecte del canvi climàtic, com és el

d'adolescents valencians, es consideren en estat de dèficit informatiu respecte del canvi climàtic: "que yo tampoco estoy lo suficientemente informada" (grup 10). Sembla que mai hi ha prou informació. En un grup que es considera força informat, com denuncia l'inici mateix de la frase: "que yo tampoco...", com una advertència al receptor de l'enunciació.

Hi ha oferta d'informació sobre el canvi climàtic i, ahora, hi ha una manca d'informació sobre el canvi climàtic, segons reconeixen els participants en les reunions. Una manca d'informació que, de manera acusadora, les posicions menys distants respecte del canvi climàtic situen en la voluntat –"voler"– dels distants. Hi ha informació. Una altra qüestió és que es vulgui rebre: "...pero a día de hoy, si no sabes una cosa es porque pasa delante y... o sea, no quieres... tienes todas las herramientas para poder saberlo y estar informado sobre lo que pasa" (grup 6).

El nexa amb la informació sobre el canvi climàtic és complex, ja que, ahora que se'n reconeix la disponibilitat, fins arribar a ser caracteritzada com a abundant, es dibuixa com una informació que costa rebre. Com es diu en el fragment següent, com una informació que no arriba. No arriba on? A l'interior. Una manca d'arribada de la qual es responsabilitza tant als mitjans com als receptors: "Hay mucha información, pero como que la gente no interioriza. O sea, no... porque, a veces, te pones analizar y dejan ese análisis en una parte muy superficial. No ahondan" (grup 8). On no sembla arribar és a la consciència. És una informació que no aconsegueix la conscienciació, terme utilitzat pels participants mateixos dels grups. Es mostren

sense aquesta conscienciació, de la qual responsabilitzen –si més no parcialment, la informació i l'educació– i així es justifica la distància respecte del canvi climàtic dels emissors de l'argument. Ara bé, com que la informació està disponible d'una manera general, la responsabilitat més gran s'atribueix a l'educació rebuda, i es diferencia entre joves/infants, que reben l'educació–per-la-conscienciació:

"En cambio, yo, en mi caso, yo veo que la juventud, en mi entorno de amigas y tal, somos un poquito más conscientes, pero ni aun así no llegamos a tener este nivel de conciencia, de que todas las acciones que hacemos puede... Va a seguir perjudicando. Y yo creo que una medida muy buena es la educación, sobre todo a los niños, que ahora son la siguiente generación, y que pueden y que son los que van a ver realmente el cambio, porque nosotros como dice ella, oyes estamos aquí, pero no vamos a ver tanto el cambio a corto plazo, sino más bien va a ser a largo plazo, aunque ya se está viendo algunas cosas por ejemplo de los... La imagen que vimos ahora en Instagram de los osos polares que no tienen ya hielo, pero... (grup 2)"

Aquest fragment discursiu és destacable no només per la referència a l'estat i les fonts de la conscienciació sobre el problema del canvi climàtic, sinó perquè expressa un altre dels arguments que, segons veurem, s'utilitza més respecte de la informació sobre el canvi climàtic, com és el del temps de l'esdeveniment del canvi climàtic. Quelcom que se situa en el llarg termini i, per tant, rebaixa la seva consideració d'urgent. El que crida més l'atenció de l'enunciat del grup 2 és que els seus integrants tenen entre 19 i 23 anys. És un argument compartit de manera dominant pels grups: a) és un esdeveniment que encara no ha tingut lloc; b) que tindrà lloc en un futur a llarg termini, i c) el que ens mostren ara els mitjans –Instagram, en el fragment– és quelcom fora del seu temps, com constata la conjunció adversativa "pero...".

Si en els grups amb participants més joves i formats (i informats) es viu de manera tensa la relació amb la informació sobre el canvi climàtic –la informació hi és i, alhora, no sembla estar-hi–, la tensió tendeix a desaparèixer segons augmenta l'edat i baixa el capital formatiu dels participants, tot recollint-se l'afirmació següent en el grup de més edat, que atribueix tota la responsabilitat als mitjans de comunicació:

"Falta de información, falta de información hacia las personas. No estamos, me voy a meter yo también, no estamos lo suficientemente informados de todas estas cosas. ¿Por qué? Porque no les interesa a los otros informar al pueblo." (grup 5)

Si l'aparentment nexa paradoxal amb la informació sobre el canvi climàtic es pot considerar generalitzat, hi ha un argument que es troba enunciat especialment per les posicions més distants en les reunions. Un argument al qual tampoc li falten contradiccions i que barreja la percepció

que es té del canvi climàtic, com a esdeveniment fora de l'actualitat present i fixat en un futur llunyà, i la representació de la informació dels mitjans de comunicació vinculada a l'actualitat del present. Des d'aquesta perspectiva, s'enuncia amb contundència que la informació dels mitjans no assenyalava la urgència del canvi climàtic, concebut més com un esdeveniment fixat a un moment concret, a una data, que no pas com un procés. Això sí, una data llunyana. Com es pot derivar de l'enunciació següent, si no hi ha urgència, no hi ha moviment:

«No sé, si realmente hubiese un movimiento global, yo me apuntaba el primero. Y diciendo "Mira, de aquí mi hija, hijos van a poder, yo qué sé, pues vivir en un mundo feliz de aquí a cincuenta años", si realmente fuese así, yo me apuntaba el primero, en serio. Pero como realmente es todo, es eso, son todo informes que se cuelgan en internet, que nadie les da protagonismo, o sea, no sé, yo no he visto abrir ningún Telediario: "urgente" "urgente" el cambio climático. En diez años, nos vamos a la mierda, en cincuenta años, o sea, realmente ¿Cuántos telediarios abren así? Ninguno, son noticias de pasada.» (grup 1)

S'hi subratlla, per la representació de la presentació mateixa que fan els mitjans d'aquest contingut informatiu, com les referències al canvi climàtic en els mitjans s'allunyen molt del present, de l'actualitat, de les formes de la urgència:

Dona 1: "Porque no es algo... creo, no lo sé."

Home 2: "Porque no estamos concienciados."

Dona 1: "Pero no es algo de cincuenta años, de cien, es algo..."

Dona 2: "Más a largo plazo."

Home 1: «Y en el Telediario te lo meten ahí al final, antes de los deportes te meten "un informe de los científicos de no sé dónde dicen que en cien años no sé qué". La gente ni lo ve...»

Dona 1: "Lo escuchas con la musiquita esa, pero ni lo estás escuchando lo que te dicen." (grup 1)

El canvi climàtic estaria representat fora de la urgència dels esdeveniments del present, de l'actualitat. Mancaria de la urgència de l'actualitat, per la qual cosa es representa especialment absent d'aquells mitjans de comunicació més vinculats a aquesta urgència de l'actualitat, des d'on s'entén que sorgeix l'actualitat, com ara les xarxes socials:

Home 2: «Pues yo en Twitter no he visto a la gente que le ponga *hashtag* "Cambio Climático nos morimos"»

Dona 1: "En diez años..."

Home 2: "Os lo digo en serio y para Twitter para estas cosas, que mira que no me gusta a mí mucho las redes sociales, pero esta es... noticias que sale a los tres segundos, noticia que te enteras." (grup 1)

La distància respecte del tema del canvi climàtic queda multiplicada per la distància respecte dels canals i els mitjans. D'una banda, les xarxes socials, que apareixen obertes a allò que és molt urgent ("sale a los tres segundos"), són mirades amb desconfiança quan tendeixen a l'exageració per atraure audiència. Altres mitjans, com la televisió, no apareix millor perpetrada per donar confiança sobre el tema i informar:

"No lo sé, el grado, por ejemplo, que crece el agujero de la capa de ozono, pero real no lo que a uno le interese decir, al otro decir que no. Porque no se aclaran, unos que no que está cerrándose y otros que se abre más. Que te digan la verdad sobre eso, por ejemplo. Sobre el deshielo que decía ella, porque hay cosas que no son verdad. Han hecho estudios que han demostrado que no se deshíela tanto como dicen y otro sí, es que no sabes qué creerte. Porque en verdad, yo pienso que la televisión es más mentira que cualquier cosa." (grup 3)

S'exigeix a la informació dels mitjans de comunicació, especialment generalistes, una funció que no poden complir: fer-ne notícia. Quan en fan notícia, se situen sota sospita de sortir-se del material del que és noticiable. Situat pels distants fora de la categoria de *material noticiable*, s'han trobat rastres enunciatius de la dificultat pràctica perquè la seva inscripció potencial com a material discutible, per al debat en els mitjans, assoleixi la recepció per part de la societat. Això és perquè es reconeixen pràctiques de l'audiència poc disposades a rebre arguments contraris a la posició pròpia. Es realitzen referències al deure de contrastar, de comparar notícies...

"... i l'altra són fonts d'informació en periòdics, gent especialitzada en x tema... a més, està molt bé, perquè sempre... perquè també és un risc que n'hi ha, de comparar notícies, contrastar-les i tal, però sempre que passa x cosa mediambiental, política o tal, n'hi ha tuits que sempre se fan virals i moltes vegades és gent que diu una animalada, però moltes vegades són experts que parlen. Llavors, a l'interaccionar molta gent també ha anat apareixent gent que jo entre al perfil i veig qui és, veig la biografia, veig els tuits que fa i si m'interessa el seguisc. I això és una... és com afegir una font d'informació d'eixe tema. De política un fum, en medi ambient també en tinc un fum... després hi ha gent de feminisme. Llavors, tinc com... i arran d'eixes persones vaig traient moltes més persones. I tot això fa una xarxa d'informació. Però clar, sobretot molt en *cuidado* sempre d'anar contrastant les coses." (grup 6)

Però, gairebé de manera simultània, sembla quedar en un ideal -ja establert la distància de la pràctica amb la crida d'atenció: "*cuidado* sempre d'anar contrastant les

coses"- amb poca projecció pràctica. Doncs, al final, com es diu en l'enunciació següent, "*Pos la gent va a la seua*":

"... perquè la gent acaba mirant per si mateixa. I, al final, *pos*: "Què soc, una dona blanca amb..? Feminisme i canvi climàtic. Supercòmoda. Jo, a lo meu" [...] *Pos la gent va a la seua.*" (grup 6)

Discussió

Les seleccions respectives dels més preocupats pel canvi climàtic i la urgència d'intervenir, d'una banda, i dels relativament menys preocupats pel fenomen i la seva urgència, de l'altra, dels canals sobre els quals s'ha informat sobre el canvi climàtic i les seves conseqüències, tal com apareix en l'enquesta amb qüestionari estandarditzat realitzada, marquen algunes diferències entre uns i altres. Ara bé, es poden interpretar fora de l'especificitat de la informació temàtica sobre el canvi climàtic. És a dir, apunten a usos distintius del sistema mediàtic per a tot tipus d'informació. Es pot considerar la seva estructura de canals d'informació. És clar, inclou la informació sobre el canvi climàtic.

Prenen més valor les expressions de distància respecte del canvi climàtic en un context experimental que es pot considerar relativament poc favorable a aquestes expressions. En el context d'observació d'una recerca sobre el canvi climàtic, s'inclina que els participants es mostrin, almenys, com a preocupats per un fenomen que preocupa tant el sistema social de la ciència com per fer treballar els seus investigadors. Tanmateix, s'expressa la distància i es reconeix la manca de conscienciació (Ramos i Callejo, 2023) i la relativa poca preocupació (Ramos y Callejo, 2022) sobre el fenomen. Un reconeixement que, especialment de manera justificativa, té en la referència als mitjans de comunicació un dels seus arguments principals. S'acusa els mitjans de no dir que el canvi climàtic és urgent i, quan ho diuen, són poc creïbles.

Dubten sobre la urgència del canvi climàtic, cosa que els fa dubtar sobre la presència del canvi climàtic en el material informatiu. Absència de percepció de la urgència en la mesura que es perceben ells mateixos fora del canvi. El canvi, incloent-hi el canvi climàtic, com quelcom que pertany a generacions futures.

Situats en la pràctica de relació amb els mitjans, l'ideal és una recepció informativa i diversificada. Però la pràctica apareix com una recepció filtrada (Sunstein, 2003:19), tant en la selecció de fonts, com en la selecció del que es considera informació, com s'ha observat aquí. Una informació que apareix de manera deficitària constant en els grups realitzats: els que en tenen prou, la conceben insuficient; els menys implicats, l'assenyalen com una informació escassament destacable, emesa al final dels informatius. Quan els informatius parlen del canvi climàtic, no s'aprecia que siguin notícies-notícies, sinó "noticias de

pasada". Consideració de contingut informatiu de segon ordre, en bona mesura perquè deixaria d'estar inscrit en el present.

És latent la consideració que el canvi climàtic no és esdeveniment de notícia: no és matèria informativa noticable, perquè no és urgent. Quelcom que duu els mitjans de comunicació a una mena de doble vincle (Bateson, 2000). Quan la informació mediàtica aborda el canvi climàtic, no el presenten com a urgent. Ara bé, si el presenten com a urgent, com s'apuntava en la referència a Instagram feta més amunt i s'assenyala en l'enunciació següent, es rep com quelcom fals, i aleshores aflora la manca de confiança en els mitjans de comunicació. Des de les expressions dels participants en les reunions, especialment dels més distants respecte del canvi climàtic, la cascada del dubte sembla prendre un sentit diferent del que dibuixa Sunstein amb el seu concepte de *cascada*. El que sembla que flueix en cascada són dubtes. Els dubtes sobre el canvi climàtic flueixen sobre els mitjans de comunicació.

Les cascades informacionals dels rumors de Sunstein van d'un petit nombre de formadors del rumor a una quantitat més gran que l'accepta perquè no té raons per creure que és fals (Sunstein, 2009:21). En la nostra observació es pot dir que els receptors tenen dubtes sobre el canvi climàtic, que troben la seva justificació en al·lusió als dubtes dels mitjans. Racionalitzen el dubte, com Sunstein diu que la cascada s'insereix en un procés de racionalització de la creença pròpia (Sunstein, 2009:18). Amb la cascada en marxa, és molt difícil aturar-la entre els creients. Fins i tot els intents es poden tornar en contra, com els intents dels mitjans per presentar l'acció contra el canvi climàtic com a urgent, quan la distància no percep urgència.

Seguint de manera molt sintètica Sunstein, els receptors assumeixen idees d'emissors reconeguts per ells, de la seva confiança, i no escolten altres emissors que puguin tenir idees diferents, la qual cosa polaritza els debats i enquista les posicions. Tanmateix, aquí s'ha recollit, entre els distants pel que fa al canvi climàtic, que són més desconfiats respecte del conjunt de fonts informatives. D'altra banda, les estructures de consum de mitjans de preocupats i implicats amb el canvi climàtic i de menys preocupats i distants, no es poden considerar diferents radicalment.

El ressò dels participants distants no sembla anar en el sentit de repetir conceptes o reforçar-los, tot assumint-los. Això sembla més propi del que es pot considerar *nucli dur del negacionisme*. El negacionisme més difús, menys expert, es difumina en una economia expressiva escassa, de curt abast, que apunta contra algunes de les característiques del fenomen del canvi climàtic que el sistema de la ciència reconeix dominantment: alguna negació del seu caràcter antropogènic, se subratlla la manca de consens científic, i una minsa presència en els materials qualitius recollits d'una concepció positiva de

l'impacte o del caràcter avantatjós del canvi climàtic o de la impotència econòmica o social que poguessin tenir les societats per fer-hi front. Les expressions del negacionisme gris a la pràctica es refugien en arguments que es projecten sobre els missatgers, els mitjans de comunicació. Els mitjans de comunicació apareixen com a instrument que ajuda a manifestar la distància amb el canvi climàtic.

A l'últim, es podria considerar aquests distants amb el canvi climàtic com a víctimes passives inconscients de la confusió injectada per focus interessats (Brulle, 2013; Bonds, 2016; Oreskes i Conway, 2018), tot i que els seus enunciat tendeixen a delatar-los com a subjectes regressius que rebutgen reconèixer emocionalment la base de les seves vides privilegiades (Norgaard, 2011), que troben en la referència als mitjans de comunicació una base justificativa: no ens n'informen prou, no criden l'atenció, ho tracten com a informació de segon grau, exageren, etc.

Conclusions

Amb el pas del temps, l'augment de les evidències científiques i l'experiència de més freqüència de fenòmens meteorològics extraordinaris, el negacionisme del canvi climàtic s'expressa de diferents maneres. Posicions negacionistes més grises que s'han explicat des de l'exposició diferencial al sistema de mitjans de comunicació. Els materials presentats aquí indiquen que la relació amb els mitjans és una mica més complexa i que no sembla que es deu tant a la relació amb diferents fonts d'informació, tot i que ha estat registrada, sinó al sentit que la recepció dona a aquestes fonts d'informació, especialment quan es tracta d'informació que contenen els mitjans no especialitzats: programes informatius televisius i similars. Quan de l'ús de mitjans de comunicació per informar-se del canvi climàtic es passa a la confiança en els diferents mitjans respecte d'aquesta informació, els més distants amb el canvi climàtic es diferencien més per una confiança més baixa en els mitjans, especialment els tradicionals, que no pas per la seva confiança més alta en les xarxes socials.

En la referència als mitjans que fan els grups, sembla que es reforça la seva posició pràctica respecte del canvi climàtic, que sorgeix plena de dubtes. Però els mitjans són la base fonamental del seu argument. S'hi refereixen com a font de dubtes respecte del canvi climàtic i, molt especialment, pel que fa al caràcter urgent de les mesures o polítiques públiques que cal prendre per enfrontar-s'hi i els seus efectes. Els seus dubtes són atribuïts al paper amb què es representen l'acció potencial d'enfrontament al canvi climàtic i la funció dels mitjans de comunicació. La referència a la informació dels mitjans de comunicació sobre el canvi climàtic s'inscriu així en els arguments utilitzats pels més distants pel que fa al canvi climàtic i, sobretot, a la urgència d'actuacions per enfrontar-s'hi.

És com si, atribuït a la informació mediàtica sobre el canvi climàtic un caràcter poc alarmant o irreal, es justificués la seva despreocupació pel fenomen. Es justifica també l'absència d'atenció sobre aquest tipus de continguts informatius i s'ignoren. Tanmateix, ignorar l'amenaça del canvi climàtic sembla difícil. És aquí, com passa amb altres amenaces rellevants. De manera que: «nadie puede "desentenderse" de las transformaciones generadas por la modernidad en cuanto a las consecuencias de, al menos, algunos de los mecanismos de desenclave: así ocurre, por ejemplo, con los riesgos mundiales de una guerra nuclear o de una catástrofe ecológica» (Giddens, 1995:35). Són aquí i sembla que la referència als mitjans pot servir per presentar-se alhora preocupat i atent al fenomen, i com a despreocupat i desatent. Com si els mitjans fossin la font de despreocupació i desatenció.

Notes

- 1 Projecte INCERCLIMA, finançat pel *Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad 2017* (CSO2017-84007-R). Desenvolupat per l'equip format per: Yolanda Agudo (UNED), Javier Callejo (UNED, IP), Pablo Francescutti (U. Rey Juan Carlos), Emilio Luque (UNED), Ernest García (U. Valencia), Ramón Ramos (U. Complutense), Marina Requena (U. Valencia) i Manuel Rodríguez (U. Valencia).
- 2 La numeració dels grups s'utilitza posteriorment per identificar-ne les enunciacions.
- 3 A més del canvi climàtic, també hi són: "l'economia", "l'ocupació", "la pobresa", "la participació democràtica", "el terrorisme internacional", "la proliferació d'armes nuclears", "el medi ambient", "el crim i la delinqüència", "les pensions", "les noves malalties" i "l'habitatge". S'alterna l'ordre amb què es pregunten aquests aspectes.

Referències

- Antonio, R. J. i Brulle, R. J. (2011). The Unbearable Lightness of Politics: Climate Change Denial and Political Polarization. *The Sociological Quarterly* 52(2), 195–202. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.2011.01199.x>
- Bateson, G. (2000). *Steps to an Ecology of Mind*. University of Chicago Press.
- Bonds, E. (2016). Beyond Denialism: Think Tank Approaches to Climate Change. *Sociology Compass*, 10(4), 306–317. <https://doi.org/10.1111/soc4.12361>
- Boykoff, M. (2013). Public Enemy no. 1? Understanding Media Representations of Outlier Views on Climate Change. *American Behavioral Scientist* 57(6), 796–817. <https://doi.org/10.1177/0002764213476846>
- Boykoff, M. i Boykoff, J. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change* 14(2), 125–36. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>
- Brulle, R. J. (2013). Institutionalizing delay: foundation funding and the creation of U.S. climate change counter-movement organizations. *Climate Change* 122, 681–694. <https://doi.org/10.1007/s10584-013-1018-7>
- Capstick, S. B. i Pidgeon, N. F. (2014). What is climate change scepticism? Examination of the concept using a mixed methods study of the UK public. *Global Environmental Change* 24, 389–401. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.08.012>
- Coan, T. G., Boussalis, C., Cook, J. i Nanko, M. O. (2021). Computer-assisted classification of contrarian claims about climate change. *Scientific Reports*, 11(1), 22320. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-01714-4>
- De Pryck, K. i Gemenne, F. (2017). The Denier-in-Chief: Climate Change, Science and the Election of Donald J. Trump. *Law and Critique* 28(2), 119–126. <https://doi.org/10.1007/s10978-017-9207-6>
- Dryzek, J. S., Norgaard, R. B. i Schlosberg, D. (2013). *Climate-challenged society*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780199660100.001.0001>
- Dunlap, R. E. i Jacques, P. J. (2013). Climate Change Denial Books and Conservative Think Tanks: Exploring the Connection. *American Behavioral Scientist*, 57(6), 699–731. <https://doi.org/10.1177/0002764213477096>
- Dunlap, R. E., McCright, A. M. i Yarosh, J. H. (2016). The Political Divide on Climate Change: Partisan Polarization Widens in the U.S. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 58(5), 4–23. <https://doi.org/10.1080/00139157.2016.1208995>

- Elsasser, S. W. y Dunlap, R. E. (2013). Leading Voices in the Denier Choir: Conservative Columnists' Dismissal of Global Warming and Denigration of Climate Science. *American Behavioral Scientist* 57(6), 754–776. <https://doi.org/10.1177/0002764212469800>
- FECYT (2023). *Informe de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología: informe de resultados*. Ministerio de Ciencia e Innovación.
- FECYT (2025). *Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología: informe de resultados 2024*. Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Francescutti, P. (2024). *Teorías de la conspiración*. Comares.
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Edicions 62.
- Hochschild, A. R. (2018). *Extraños en su propia tierra*. Capitan Swing.
- Jacques P. J. i Knox, C. C. (2016). Hurricanes and hegemony: A qualitative analysis of micro-level climate change denial discourses. *Environmental Politics*. 25(5), 831–852. <https://doi.org/10.1080/09644016.2016.1189233>
- Klein, N. (2015). *Esto lo cambia todo. El capitalismo contra el clima*. Paidós.
- Lahsen, M. (2008). Experiences of modernity in the greenhouse: A cultural analysis of a physicist "trio" supporting the backlash against global warming. *Global Environmental Change*. 18(1), 204–219. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2007.10.001>
- Lamb, W. F., Mattioli, G., Levi, S., Roberts, J. T., Capstick, S., Creutzig, F., Minx, J.C, Müller-Hansen, F., Cuhlhane, T. i Steinberger, J. K. (2020). Discourses of climate delay. *Global Sustainability*, 3, e17. <https://doi.org/10.1017/sus.2020.13>
- Mann, M.E (2021). Entrevistat per R. Schiffmann a *Scientific American* (21 de gener de 2021). <https://www.scientificamerican.com/article/climate-deniers-shift-tactics-to-inactivism/>
- Martín-Sosa, S. i Jiménez Gómez, I. (2021). El argumentario ideològic y de baja intensidad en el negacionismo climático. A: D. Álvarez i I. Jiménez (eds.), *Comunicación y cambio climático* (108–119), Fragua.
- Mayer, F. W. (2012). Stories of Climate Change: Competing Narratives, the Media, and U.S. Public Opinion 2001–2010. *Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy Discussion Paper Series*. #D-72, February. https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/d72_mayer.pdf
- Norgaard, K. M. (2011). *Living in denial: Climate change, emotions and everyday life*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262015448.001.0001>
- Oreskes, N. i Conway, E. M. (2018). *Mercaderes de la duda: Cómo un puñado de científicos ocultaron la verdad sobre el calentamiento global*. Capitán Swing.
- Rahmstorf, S. (2004). *The Climate Sceptics*. Potsdam Institute for Climate Impact Research, Potsdam. https://www.pik-potsdam.de/~stefan/Publications/Other/rahmstorf_climate_sceptics_2004.pdf
- Ramos, R. i Callejo, J. (2022). La preocupación social por el cambio climático en España: una aproximación cualitativa. *Política y Sociedad* 59(3), 1–15. <https://dx.doi.org/10.5209/poso.74131>
- Ramos, R. i Callejo, J. (2023). Ilustración y ascensis climáticas: dos caras de la conciencia sobre el cambio climático en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)* 183, 101–120. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.183.101>
- Rodrigo-Cano, D. i Fernández-Muerza, A. (2024). El cambio climático crece en interés en los medios de comunicación en España. A: D. Álvarez Rivas, R. Fernández Reyes, e I. Jiménez Gómez (coord.). *Comunicar soluciones ante el cambio climático*. (pp. 21–36). Dykinson.
- Sharman, A. (2014). Mapping the Climate Skeptical Blogosphere. *Global Environment Change* 26, 159–170. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.03.003>
- Skocpol, T. (2013). Naming the problem: What It Will Take to Counter Extremism and Engage Americans in the Fight against Global Warming. *Symposium on The Politics of America's Fight Against Global Warming*, February 14, 2013, Tsai Auditorium, Harvard University.
- Sunstein, C. R. (2003). *República.com. Internet, democracia y libertad*. Paidós.
- Sunstein, C. R. (2009). *On Rumours: How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, What Can Be Done*. Farrar, Straus and Giroux.
- Washington, H. i Cook, J. (2011). *Climate Change Denial: Heads in the Sand*. Earthscan.
- Young, L. D. i Fitz, E. B. (2022). Who are the 3 Per Cent? The Connections Among Climate Change Contrarians. *British Journal of Political Science* 52(4), 1503–1522. <https://doi.org/10.1017/S0007123421000442>