

Comunicación del cambio climático

David Álvarez Rivas
Isidro Jiménez Gómez
(editores)



David Álvarez Rivas
Isidro Jiménez Gómez
(Editores)

Comunicación del cambio climático

 EDITORIAL
fragua
MADRID MMXXI

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos sin el permiso y por escrito del Editor y del Autor.

Director de la Colección: IGNACIO MUÑOZ MAESTRE

Imagen de la cubierta: Cecilia Duro Batalla, Marta Martínez Catalán y Mihaela Tatyánova Doncheva

Título: Comunicación del cambio climático

© EDITORIAL FRAGUA

C/ Andrés Mellado, 64.
28015-MADRID
TEL. 915-491-806/ 915-442-297
E-mail: editorial@fragua.es
www.fragua.es

ISBN: 978-84-7074-904-9 (pdf)

Índice

Prólogo, por <i>Rogelio Fernández Reyes</i>	7
1. Información y opinión pública en el marco del cambio climático, por <i>Javier Callejo y Yolanda Agudo</i>	11
2. ¿Causas, impactos o soluciones? De qué trata la prensa española cuando informa sobre cambio climático, por <i>María Teresa Mercado-Sáez</i>	33
3. La imagen del cambio climático a través de los bancos de imágenes comerciales, por <i>Javier Trabadela-Robles, Soledad Ruano-López y M-Rosario Fernández-Falero</i>	46
4. Cambio climático en redes sociales: <i>engagement</i> y estrategias de comunicación, por <i>Nereida Cea, Aida de Vicente y Mireya R. Carballada Camacho</i>	60
5. Cambio climático y compromiso ciudadano en YouTube, por <i>Paola Muñoz Pico</i>	79
6. La comunicación del cambio climático en Netflix a partir del lanzamiento de <i>Down to Earth with Zac Efron</i> (Netflix, 2020), por <i>Silvia García Mirón y Emma Torres Romay</i>	94
7. El argumentario ideológico y de baja intensidad en el negacionismo climático, por <i>Samuel Martín-Sosa y Isidro Jiménez Gómez</i>	108

8. El escepticismo sobre el cambio climático en Fox News y RT, por *Olga Ogarkova*
..... 120

9. Conexiones entre dos crisis: cambio climático y coronavirus en la prensa española
por *María Carmen Erviti Ilundáin* 132

7

El argumentario ideológico y de baja intensidad en el negacionismo climático

Samuel Martín-Sosa
(Universidad de Salamanca)

Isidro Jiménez-Gómez
(Universidad Complutense de Madrid)

1. Introducción

A la vez que se avanza en un mayor conocimiento de los cambios biogeofísicos del planeta, en las últimas décadas asistimos a un creciente interés por los factores clave que entran en juego en la percepción social de estos fenómenos (Pyhälä *et al.*, 2016). Según Spence, Poortinga, Butler y Pidgeon (2011), la mayor parte de los estudios sobre el tema apuntan a que la forma en la que percibimos los cambios en el medio ambiente influye en las decisiones que tomamos en el ámbito político pero también en el día a día. En ese sentido, los años 2006 y 2007 son clave como punto de inflexión en la percepción del medio ambiente debido a la eclosión mediática del cambio climático, especialmente ligada a la figura de Al Gore, ganador de dos premios Óscar por el documental “Una verdad incómoda”, y al IPCC, ganador del Premio Nobel de la Paz 2007 que le constata como una institución clave en la política internacional (Fernández-Reyes *et al.*, 2015). Los diferentes trabajos que en los últimos años han analizado la cobertura en prensa del cambio climático y su relación con la esfera pública dan cuenta de

esta inesperada explosión, amplificada por la transversalidad temática que el ex-vicepresidente de los EEUU ofrecía en ese momento al periodismo: protagonista en la política internacional, pero también en las secciones de Cultura, Ciencia, Medio ambiente y Sociedad (Jiménez-Gómez y Martín-Sosa, 2018). Este fenómeno mediático se extiende rápidamente a bastantes países, y de ello darán cuenta estudios como el de Brulle, Carmichael y Jenkins (2012) en la prensa estadounidense, el de Painter y Gavin (2015) en los medios británicos o el de Fernández-Reyes *et al.* (2015) en España.

A partir de esta fecha, la cobertura mediática del cambio climático ha dependido en buena parte de los grandes encuentros internacionales, como las Cumbres del Clima, señala el titánico estudio coordinado por el Media and Climate Change Observatory (MeCCO) de la Universidad de Colorado Boulder, con el seguimiento mensual de las noticias sobre cambio climático en 120 medios de comunicación de 54 países de todo el mundo (Boykoff *et al.*, 2020). La pandemia de la COVID-19 ha reducido significativamente la presencia en los medios de comunicación de todo lo que no aborde el coronavirus (Pearman *et al.* 2021), pero también refleja una tensión histórica en la cobertura periodística y televisiva del cambio climático, la dependencia mediática ante los asuntos políticos y sociales. Es evidente que el cambio climático es un asunto netamente social —tan sólo hay que recordar las desigualdades que ya se constatan en sus consecuencias (Jiménez-Gómez y Martín-Sosa, 2021)—, pero en el imaginario social se construye como un problema de la sostenibilidad del planeta, algo que quizás puede esperar ante los urgentes problemas sanitarios, el paro o los escándalos políticos. Sin duda, en los medios de comunicación aparece el cambio climático, pero frecuentemente como un riesgo futuro y no tanto como algo que ya está ocurriendo (Fernández-Reyes y Jiménez Gómez, 2019).

En cualquier caso, parece evidente que ya no es posible hablar de la dimensión política y reguladora del cambio climático sin tener en cuenta la percepción que de este fenómeno tienen las distintas sociedades, y ahí el papel de los medios de comunicación sigue siendo clave. Estos medios ejercen un poder considerable en la agenda pública y política, señalan Nisbet y Lewenstein (2002), influyendo tanto en la difusión y comprensión del cambio climático como en las medidas políticas que se adoptan (Boykoff y Luedecke, 2016).

También las distintas manifestaciones que en los medios de comunicación ponen en duda la existencia del cambio climático son parte del imaginario social colectivo y vienen a representar líneas de opinión con cierto peso. De hecho, quizás sería justo hablar de negacionismos antes que de negacionismo climático, puesto que los distintos enfoques escépticos ofrecen una heterogeneidad digna de estudio. Los estudios sobre este tema muestran que hoy en los medios de comunicación el negacionismo no tiene una gran presencia en términos absolutos (Martín-Sosa, 2021). De hecho, buena parte de los artículos que denominamos negacionistas climáticos en la prensa, antes que negar el cambio climático, cuestionan su impacto o la efectividad de las medidas que frente al mismo se están tomando.

Por todo ello, parece necesaria una mejor caracterización del negacionismo en los medios de comunicación, que identifique no solamente el medio de comunicación, su línea editorial o la autoría del artículo, sino que sea capaz de detectar y distinguir entre los distintos tipos de argumentos, narrativas o, incluso, metáforas utilizadas.

2. El debate ideológico sobre el cambio climático en los medios de comunicación

En las últimas décadas, teorías como la *Agenda Setting* (McCombs y Shaw, 1972) han puesto el foco en el fuerte vínculo que se establece entre los medios de comunicación y la opinión pública. Desde esta perspectiva, el periodismo científico es también un caso particular de sensibilización y formación debido a la complejidad de los temas que trata. De hecho, hay que reconocer que el cambio climático no es un asunto especialmente intuitivo, incluso aunque sus efectos sean cada vez más evidentes. Algunos estudios señalan las dificultades para detectar cambios a gran escala y difíciles de medir en el día a día. Simon y Rensink (2005), por ejemplo, han estudiado la “ceguera al cambio” como una sobreestimación de nuestra capacidad visual ante un posible gasto de recursos cognitivos y energéticos. Pero no es difícil trasladar este sesgo a un terreno donde los fenómenos visibles son la excepción. Justamente, varios autores defienden que el cambio climático es un fenómeno especialmente complejo de asimilar porque sus efectos son perceptibles de forma ocasional y su complejidad hace que no podamos interpretar de una forma intuitiva y clara los fenómenos climáticos del día a

día. De hecho, las olas de frío o las grandes nevadas en periodos relativamente excepcionales han sido utilizados por algunos negacionistas como ejemplos de que el cambio climático no existe o, al menos, no con la intensidad que se dice.

Como ocurre con otros asuntos científicos relevantes, una parte esencial del debate sobre el cambio climático ocurre fuera de las páginas científicas (Elsasser y Dunlap, 2013). De hecho, un porcentaje nada desdeñable de los artículos negacionistas que hablan del cambio climático lo hace desde secciones de opinión (Martín-Sosa, 2021). En algunos casos, estos textos parten de la propia experiencia del periodista o columnista, que se muestra escéptico al cambio climático en relación a fenómenos experimentados de forma personal —por ejemplo, de nuevo, una gran nevada o una intensa ola de frío. Aunque entonces los argumentos utilizados no buscan una legitimidad universalizadora, permiten generar dudas sobre los efectos del cambio climático y desproblematizarlo.

Otra vía frecuente del contenido negacionista es una entrevista a alguno de los pocos científicos escépticos. Este contenido, aprobado por personas con cierta influencia en la línea editorial del periódico, vendría a alimentar, a su vez, los argumentos negacionistas en las columnas de opinión. Esta retroalimentación, por tanto, apunta con mayor intensidad a la línea editorial que a la aportación individual de los periodistas y columnistas del medio. Sin duda, la diversidad de enfoques y temas tratados en los artículos de opinión vienen a representar mejor que la sección de ciencia o medio ambiente el imaginario social y, por tanto, es lógico esperar aquí más argumentos climáticos escépticos o negacionistas. Pero esto no siempre es debido a la mayor o menor ignorancia de los columnistas, sino sobre todo al marco ideológico desde el que se escribe.

Tanto en los artículos de opinión como en las entrevistas a científicos escépticos, el posicionamiento ideológico o político del medio y de los periodistas parece ser determinante, por encima del déficit informativo o el nivel educativo de los individuos, señala Kahan (2015). De hecho, este componente ha sido identificado de forma recurrente por la literatura como un factor decisivo a la hora de explicar la abundancia de las noticias negacionistas en algunos países. Por ejemplo, una encuesta en Estados Unidos en 2013 señalaba que solo el 24% de los votantes republicanos consideraban que el cambio climático tenía causas antropogénicas, frente a

un 66% de los votantes demócratas (Klein, 2014). Por su parte, Cook *et al.* (2013) muestran que la visión que tenemos del consenso científico sobre el cambio climático también depende fundamentalmente de la ideología. Así, los votantes conservadores de su estudio consideran que el consenso científico es hasta en un 30% menor que los votantes progresistas. Por tanto, uno de los argumentos negacionistas más recurrentes, la inexistencia de un consenso científico sobre el cambio climático, se conecta en bastantes ocasiones a un discurso que critica el pensamiento único y políticamente correcto que actualmente predominaría en la sociedad.

Sin embargo, esto no quiere decir que no influyan decisivamente otros factores, incluso en combinación con el factor ideológico. Por ejemplo, Hornsey *et al.* (2018) muestran en un estudio realizado en 25 países que las personas conservadoras eran más negacionistas en aquellos países más contaminantes, especialmente en EEUU y Australia.

Como es lógico, la perspectiva ideológica desde la que se trata cualquier asunto importante está vinculada a las medidas políticas que se adoptan, y el cambio climático es un fenómeno cada vez más relacionado con acuerdos institucionales pero también con leyes específicas nacionales. Así, Naomi Klein (2017) defiende que los conservadores estadounidenses no se oponen tanto a la ciencia como a las posibles implicaciones que tendrían para la economía las medidas contra el cambio climático. También Schmid-Petri (2017) observa en la prensa conservadora de varios países una línea argumental contra las medidas institucionales para frenar el cambio climático, especialmente en lo que se refiere a sus repercusiones económicas. Sin ir más lejos, en la prensa española y en buena parte de la prensa europea, destaca el porcentaje de artículos negacionistas en periódicos económicos frente a otros periódicos generalistas.

3. El negacionismo climático de respuesta y la defensa del sistema económico

Quizás una de las formas más potentes de negar un hecho es omitirlo, al menos en el contexto de los medios de comunicación. Los estudios sobre la cobertura del cambio climático que contabilizan la frecuencia con la que se habla en los medios de este fenómeno ponen de manifiesto que, a pesar de la gravedad del problema, el cambio climático no

es un tema prioritario en los medios de comunicación. En Europa, tan sólo algunos medios de comunicación como *The Guardian* en Gran Bretaña y *Le Monde* en Francia parecen haber apostado decididamente por una cobertura más intensa del fenómeno (Jiménez-Gómez y Martín-Sosa, 2021).

Pero además, también hay un déficit informativo sobre las consecuencias del cambio climático. Por ejemplo, el cambio climático está intensificando en las grandes ciudades el efecto Isla de Calor Urbana (ICU). A pesar de ser un concepto frecuente y aceptado en los estudios sobre las olas de calor (Rizwan, Dennis y Chunho, 2008), su ausencia en muchos medios de comunicación podría hablarnos de una escasa visión integral de los problemas vinculados al cambio climático (Jiménez-Gómez y Martín-Sosa, 2021). En este caso, los aspectos técnicos del efecto ICU requieren conocimientos sobre los mecanismos que operan en las olas de calor, algo que atesora un periodista medioambiental pero no todos los periodistas. De hecho, el periodismo medioambiental tiene una larga tradición a la hora de informar sobre cambio climático (Teso-Alonso *et al.*, 2018) y es posible que esa perspectiva más integral permita abordar el problema de los efectos del cambio climático de una forma más rigurosa y sistémica, profundizando en las causas pero también en las medidas de adaptación y mitigación necesarias (Fernández-Reyes y Rodrigo-Cano, 2019).

En cualquier caso, que un medio no hable mucho del cambio climático o no trate sus efectos, no quiere decir que publique artículos escépticos o negacionistas. De hecho, en muchos periódicos europeos es prácticamente imposible encontrar un artículo de ese tipo, lo cual podría indicar de nuevo que la línea editorial es un elemento clave. Antilla (2005) recuerda que los medios de comunicación cuentan con diversos mecanismos para el contraste y verificación de fuentes a la hora de hablar del cambio climático. Por tanto, que el negacionismo climático se termine publicando en estos medios no puede interpretarse como un descuido. Con todo, esto no resuelve si el uso de fuentes erróneas o la malinterpretación de las mismas es consciente o no. Varios estudios, como el de Gavin (2009) en medios británicos, describen el uso de fuentes no solventes, pero no es fácil concluir las razones que hay tras una malinterpretación de los principios científicos del cambio climático por parte de los periodistas (Wilson, 2000). Quizás es justamente el factor ideológico del cambio climático el que hace que la información científica sobre el asunto no sea tan relevante para algunos

periodistas o columnistas escépticos, evitando entonces la contrastación de la información con las fuentes científicas más aceptadas.

Con todo, la constatación cada vez más evidente y perceptible de que el calentamiento global es una realidad habría venido de la mano de un cambio importante en las formas predominantes de negacionismo mediático. Así, buena parte de los artículos que hoy consideramos escépticos o negacionistas climáticos no ofrecen argumentos explícitos contra la existencia del cambio climático sino contra otros factores vinculados al mismo, por ejemplo, contra las medidas políticas o económicas que se están adoptando. Esto concuerda de nuevo con la importancia que tiene el marco ideológico en el negacionismo climático. De hecho, algunos artículos escépticos cuestionan a los políticos que ponen en marcha estas medidas y les acusan de dejarse llevar por el ala político más radical, los partidos verdes o la izquierda ecologista.

En ese sentido, podemos hablar de un escepticismo “de respuesta”, donde no se niega de forma explícita el cambio climático pero se introducen dudas sobre las implicaciones del cambio climático y las medidas a adoptar. En este tipo de argumento se critican las regulaciones vinculantes como cortapisas o incluso ataques al libre mercado y se describen los impactos que estas medidas tienen en la economía (Capstick y Pidgeon, 2014; Van Rensburg, 2015). Además, para reforzar el argumentario de este discurso, se suele identificar la lucha contra el cambio climático como un activismo ideologizado e injustificadamente alarmista.

4. El argumentario del negacionismo de baja intensidad

Por la diversidad de enfoques existentes y su complejidad, el estudio del negacionismo en los medios de comunicación requiere de una profundización creciente en lo que se refiere al análisis del discurso. Así, los estudios existentes sobre el negacionismo describen un gran grupo argumentativo que correspondería al escepticismo epistemológico, es decir, una crítica a los propios conocimientos científicos sobre el cambio climático (Capstick y Pidgeon, 2014; Van Rensburg, 2015). También hay autores que identifican los tipos de argumentos negacionistas en función de los hechos a negar (Rahmstorf, 2004; Poortinga *et al.*, 2011). En este caso, hablaríamos de un escepticismo de “tendencia” que niega que se esté produciendo un

calentamiento de la Tierra, un escepticismo de “impacto” que asegura que el cambio climático es positivo y un escepticismo de “atribución” que, sin negar el cambio climático, considera incorrecto atribuir su origen a la actividad humana.

En todo caso, el análisis de estos argumentos es complejo en un asunto tan atravesado por el marco ideológico al que ya hemos hecho referencia. Una importante proporción de los artículos negacionistas en la prensa europea podría definirse como *negacionismo difuso*, dada la disparidad y baja intensidad de sus argumentos. De hecho, Schmid-Petri *et al.* (2015) señalan que, por lo general, el escepticismo climático ha ido transitando en la prensa escrita a formas cada vez más sutiles.

Por tanto, antes que los conceptos y metáforas utilizados en un texto con contenido negacionista, adquiere aquí especial relevancia el objeto mismo del negacionismo climático, ya que suele ser el eje sobre el que gira realmente el argumentario negacionista. Si el artículo está analizando las consecuencias de una serie de medidas de un partido político, por ejemplo, las medidas contra el cambio climático serían un elemento más que confirmaría los supuestos errores cometidos por dicho partido. Es decir, antes que el principal ingrediente, vendrían a corroborar toda una línea de acción de un partido criticado por dejarse llevar por el pensamiento políticamente correcto o por el *lobby* ecologista.

Así, la fórmula argumentativa del negacionismo climático más frecuente en la prensa española no niega expresamente la existencia del cambio climático ni duda de que puede tener algunas consecuencias, aunque no tan graves como las que anuncian los “agoreros climáticos”, sino que enumera las medidas institucionales frente al cambio climático como un marco propicio construido por la izquierda para legitimar sus ataques al libre mercado y al sistema económico.

5. Referencias bibliográficas

- Antilla, L. (2005). Climate of skepticism: US newspaper coverage of the science of climate change. *Global Environmental Change*, 15, 338-352.
- Boykoff, M., Aoyagi, M., Ballantyne, A.G., Benham, A., Chandler, P., Daly, M., Doi, K., Fernández-Reyes, R., Hawley, E., McAllister, L., McNatt, M.,

EL ARGUMENTARIO IDEOLÓGICO EN EL NEGACIONISMO CLIMÁTICO

Mocatta, G., Nacu-Schmidt, A., Oonk, D., Osborne-Gowey, J., Pearman, O., Petersen, L.K., Simonsen, A.H., y Ytterstad, A. (2020). World Newspaper Coverage of Climate Change or Global Warming, 2004-2020. *Media and Climate Change Observatory Data Sets*. Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, University of Colorado. <https://doi.org/fkrv>

Boykoff, M., y Luedecke, G. (2016). *Elite News Coverage of Climate Change*. Oxford Research Encyclopedia of Climate Science. <https://doi.org/gc3gnh>

Brulle, R. J., Carmichael, J., y Jenkins, J. C. (2012). Shifting public opinion on climate change: an empirical assessment of factors influencing concern over climate change in the U.S., 2002 – 2010. *Climate Change*, 114, 169–188. <http://www.doi.org/10.1007/s10584-012-0403-y>

Capstick, S. B., y 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.

Cook, J., Nuccitelli, D., Green, S.D., Richardson, Winkler, B., Painting, R., Way, R., Jacobs, P., y Skuce, A.. (2013). Quantifying the consensus on anthropogenic global warming in the scientific literature. *Environmental Research Letters*, 8, 2.

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.

Fernández Reyes, R., Piñuel Raigada, J. L., y Vicente Mariño, M. (2015). La cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en El País, El Mundo y La Vanguardia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 122-140. <https://doi.org/fkr2>

Fernández-Reyes, R., y Jiménez Gómez, I. (2019). La comunicación de la mitigación del cambio climático en prensa española. En R. Fernández-Reyes y D. Rodrigo-Cano. *La comunicación de la mitigación ante la emergencia climática* (pp. 13-51). Egregius

- Fernández-Reyes, R. y Rodrigo-Cano, D. (coords.) (2019). *La comunicación de la mitigación ante la emergencia climática*. Egregius
- Gavin, N. T. (2009). Addressing climate change: a media perspective. *Environmental Politics*, 18 (5), 765 – 780.
- Hornsey, M. J., Harris, E. A., y Fielding, K. S. (2018). Relationships among conspiratorial beliefs, conservatism and climate scepticism across nations. *Nature Clim Change*, 8.
- Jiménez-Gómez, I., y Martín-Sosa, S. (2018). El estudio del cambio climático en la prensa a través de sus efectos: una propuesta metodológica. En D. Rodrigo, P. de Casas-Moreno, y P. Toboso-Alonso. *Los medios de comunicación como difusores del cambio climático* (pp. 107-122). Egregius
- Jiménez-Gómez, I., y Martín-Sosa, S. (2021) Cobertura en la prensa europea de la adaptación de las ciudades a las olas de calor y al cambio climático. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 45-63.
- Kahan, D. (2015). Climate-Science Communication and the *Measurement Problem*. *Advances in Political Psychology*, 36, 1-43.
- Klein, N. (2014). *This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate*. Simon & Schuster.
- Klein, N. (2017). Irma Won't "Wake Up" Climate Change-Denying Republicans. Their Whole Ideology Is on the Line. *The Intercept*. <https://theintercept.com/2017/09/11/irma-donald-trump-tax-cuts-climate-change-republican-ideology-capitalism>
- Martín-Sosa, S. (2021). Apuntes metodológicos para el estudio del negacionismo climático en los medios escritos. *Comunicación Y Métodos*, 3(1), 56-66. <https://doi.org/10.35951/v3i1.111>
- McCombs, M. E., y Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- Nisbet, M. C., y Lewenstein, B. V. (2002). Biotechnology and the American media: the policy press and the elite press, 1970 to 1999. *Sci Commun.*, 23, 359–391. <https://doi.org/fdw27x>

EL ARGUMENTARIO IDEOLÓGICO EN EL NEGACIONISMO CLIMÁTICO

- Painter, J., y Gavin, N. T. (2015). Climate skepticism in British newspapers, 2007–2011. *Environmental Communication*, 10(4), 1–21. <https://doi.org/fksj>
- Pearman, O., Boykoff, M., Osborne-Gowey, J., Aoyagi, M., Ballantyne, A. G., Chandler, P., Daly, M., Doi, K., Fernández-Reyes, R., Jiménez-Gómez, I., Nacu-Schmidt, A., McAllister, L. McNatt, M., Mocatta, G., Kjerulf Petersen, L., Hege Simonsen, A., y Ytterstad, A. (2021). COVID-19 media coverage decreasing despite deepening crisis. *The Lancet Planetary Health*, 5(1), e6-e7. [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(20\)30303-X](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(20)30303-X)
- Poortinga, W., Spence, A., Whitmarsh, L., Capstick, S., y Pidgeon, N. F. (2011). Uncertain climate: An investigation into public scepticism about anthropogenic climate change. *Global Environmental Change*, 21, 3.
- Pyhälä, A., Fernández-Llamazares, Á., Lehvävirta, H., Byg, A., Ruiz-Mallén, I., Salpeteur, M., y Thornton, T. F. (2016). Global environmental change: local perceptions, understandings, and explanations. *Ecology and society: a journal of integrative science for resilience and sustainability*, 21(3), 25
- Rahmstorf, S. (2004). The climate sceptics. *Pikpotsdam*.
http://www.pikpotsdam.de/~stefan/Publications/Other/rahmstorf_climate_sceptics_2004.pdf
- Rizwan, A. M., Dennis, L. Y., y Chunho, L. I. U. (2008). A review on the generation, determination and mitigation of Urban Heat Island. *Journal of Environmental Sciences*, 20(1), 120-128. <https://doi.org/cpcfxb>
- Schmid-Petri, H. (2017). Do Conservative Media Provide a Forum for Skeptical Voices? The Link Between Ideology and the Coverage of Climate Change in British, German, and Swiss Newspapers. *Environmental Communication*, 1-14.
- Spence, A., Poortinga, W., Butler, C., y Pidgeon, N. F. (2011). Perceptions of climate change and willingness to save energy related to flood experience. *Nature Climate Change*, 1, 46–49.
- Simons, D. J., y Rensink, R. A. (2005). Change blindness: past, present and future. *Trends in Cognitive Sciences*, 9, 16–20.

- Teso-Alonso, G., Fernández-Reyes, R., Gaitán Moya, J. A., Lozano Ascencio, C. y Piñuel Raigada, J. L. (2018). *Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios*. Fundación Alternativas.
- Van Rensburg, W. (2015). Climate change scepticism: A conceptual re-evaluation. *SAGE Open*, April-June 2015.
- Wilson, K. (2000). Drought, debate, and uncertainty: measuring reporters' knowledge and ignorance about climate change. *Public Understanding of Science* 9, 1–13.