Vol. 3, Num. 1. **Article n.º 111**
DOI: https://doi.org/10.35951/v3i1.111

Communication & Methods

Apuntes metodológicos para el estudio del negacionismo climático en los medios escritos

Methodological Notes for the Study of Climate Denialism in the Print Media

Samuel Martín-Sosa. Universidad de Salamanca (España)

Doctor en Biología por la Universidad de Salamanca y experto en políticas ambientales, incidencia política y gestión internacional de campañas sobre cambio climático, biodiversidad, calidad del aire, pesca y sostenibilidad. Ha sido representante español en el Comité Ejecutivo del European Environmental Bureau (EEB) (2003-2010), miembro del Comité Permanente de OCEAN 2012 (2010-2014) y asesor en varios comités técnicos del Congreso Nacional de Medio Ambiente-CONAMA (2014, 2016 y 2018).
ORCID: https://orcid.org/000-0003-4207-0405

Artículo recibido: 09/01/2021 – Aceptado: 10/02/2021

Resumen:
La presencia del negacionismo climático en los medios de comunicación ha sido estudiada especialmente en algunos países como Reino Unido o Estados Unidos, pero va adquiriendo cada vez más interés en el ámbito académico. La literatura sobre el tema muestra que este negacionismo es un fenómeno minoritario en la prensa escrita y en muchas ocasiones a través de discursos sutiles. Estas características suponen un reto para la investigación. Teniendo en cuenta el importante papel que podría jugar la información veraz y científicamente contrastada en los medios de comunicación a la hora de conformar las actitudes sociales frente al cambio climático, es relevante profundizar en las herramientas metodológicas que permiten el estudio de este fenómeno. Este estudio describe un acercamiento exploratorio al negacionismo climático en los medios escritos, analizando posibles estrategias y metodologías de investigación. Para la localización de los artículos negacionistas se ha utilizado una técnica de búsqueda agregada de conceptos clave en el motor de búsqueda especializado Factiva entre 2015 y 2020. La lectura guiada y el análisis del discurso en 100 artículos negacionistas han permitido extraer los principales factores a tener en cuenta a la hora de enfrentarse a este tipo de estudios: objeto del negacionismo, representación del consenso científico, intensidad del argumentario, contraste empírico cotidiano e ideologización del cambio climático.

Palabras clave:
Metodología; Investigación; Negacionismo; Cambio climático; Análisis del discurso

Abstract:
The presence of climate denialism in the media has been studied especially in some countries such as the United Kingdom or the United States, but it is gaining more and more interest in the academic field. The literature on the subject shows that this denialism is a minority phenomenon in the written press and on many occasions through subtle discourses. These characteristics pose a challenge for research. Considering the important role that truthful and scientifically contrasted information in the media could play in shaping social attitudes towards climate change, it is relevant to deepen the methodological tools that allow the study of this phenomenon. This study describes an exploratory approach to climate denialism in the written media, analyzing possible research strategies and methodologies. An aggregate search technique of key concepts in the specialized search engine Factiva between 2015 and 2020 was used to locate the denialist articles. Guided reading and discourse analysis in 100 denialist articles have allowed us to extract the main factors to take into account when facing this type of studies: object of denialism, representation of scientific consensus, intensity of argumentation, daily empirical contrast and ideologization of climate change.

Keywords:
Methodology; Research; Denialism; Climate change; Discourse analysis.

1. Introducción

Los medios de comunicación son agentes clave en el debate público sobre el clima y tienen una responsabilidad en tanto en cuanto moldean las percepciones, opiniones e influyen en el espectro de la respuesta al cambio climático (Boykoff y Luedecke, 2016). En algunos casos, el negacionismo climático logra alcanzar los medios de comunicación masivos a pesar de sus mecanismos para el contraste y verficiación de fuentes y contenidos (Antilla, 2005). En medios británicos, por ejemplo, Gavin (2009) ha encontrado cierto grado de cobertura de posiciones escépticas. Un enfoque que enmarca el problema en términos de controversia no resuelta o el uso de fuentes no solventes son algunas causas que estan en la raíz de esta cobertura. En relación a las fuentes, esto conduce a que algunos periodistas malinterpretan los principios científicos del cambio climático, según Wilson (2000b). Que los propios medios de comunicación sean la fuente primaria de información para muchos periodistas es parte del problema, habiéndose producido en la década de los noventa una tendencia a consultar menos a científicos a medida que el asunto se iba politizando (Trumbo, 1996).

La presentación del cambio climático como una controversia no resuelta, ha estado en ocasiones motivada por un exceso de celo deontológico profesional en pos de la objetividad, que invita a mantener el equilibrio entre posturas. Sin embargo, esta visión ha sido progresivamente desplazada por un enfoque basado en el peso de la evidencia, donde las historias reflejaran el consenso científico (Block, 2010; Hiles y Hinnant, 2014) .

Existe un creciente número de estudios que vinculan la ideología conservadora del medio de comunicación y los argumentos negacionistas en materia de cambio climático (Dunlap & McCright; 2008; 2010; 2011). Así, algunos autores muestran que este tipo de

medios actúan como amplificadores del escepticismo en países como EEUU (Boykoff y Boykoff, 2004; Dunlap & MacCright, 2011; Antilla, 2005), Reino Unido (Ereaut & Segnit, 2006; Gavin, 2009; Painter & Gavin, 2015), Francia (Dirikx y Gelders, 2010) o España (Gozzer & Domínguez, 2011; Fernández-Reyes et al., 2015; Jiménez-Gómez & Martin-Sosa-Rodríguez, 2021). Sin embargo, investigaciones sobre otros países arrojan resultados diversos que no permiten una conclusión clara. Así, Dirikx y Gelders (2010), por ejemplo, no encontraron este vínculo entre ideología y la cobertura del cambio climático en los periódicos holandeses. Kaiser y Rohmberg (2015), por su parte, encontraron marcos narrativos negacionistas en la prensa alemana, pero no encontraron un vínculo determinante con la orientación ideológica de los medios estudiados. Schmid-Petri (2017) concluye, tras analizar un conjunto de noticias en tres países europeos (Reino Unido, Alemania y Suiza), que por lo general esto no ocurre de forma sistemática, aunque algunos medios conservadores en particular parecen estar más abiertos a posiciones escépticas.

A lo largo de las últimas dos décadas, el tratamiento del cambio climático en los medios parece experimentar una mejora (Boykoff, 2007). Parece evidente que la madurez en el conocimiento del cambio climático también se está traduciendo en este cambio de enfoque que debilita las posibilidades encontrar cobertura abiertamente negacionista en los medios de comunicación. Sin embargo, esto no tiene por qué suponer el final del negacionismo climático, sino quizás nuevas formas más sutiles de este discurso en los medios de comunicación. Por tanto, parece pertinente contar con herramientas metodológicas que nos permitan seguir investigando e identificando este fenómeno.

Este artículo es una propuesta en ese sentido, puesto que aquí profundizamos en las características que deben tener las herramientas utilizadas para el estudio del negacionismo climático en el contexto en el que nos encontramos.

2. Metodología

Para analizar los posibles tipos de acercamiento en la investigación sobre el negacionismo climático en los medios de comunicación hemos centrado este estudio exploratorio en medios escritos digitales e impresos. Así, se ha realizado una recopilación de 100 artículos con algún tipo de discurso negacionista, extraídos de los medios españoles monitorizados por Factiva entre enero de 2015 y diciembre de 2020. Este número de artículos es lo suficientemente bajo como para permitir un análisis pormenorizado de los mismos pero, a la vez, ofrece una diversidad de discursos necesaria para poder determinar factores comunes (Jiménez-Gómez, 2018).

La selección de los artículos negacionistas se ha realizado utilizando una técnica de búsqueda agregada de conceptos clave hasta llegar a los 100 artículos que nos habíamos propuesto. En una búsqueda inicial, basada en el estudio de Dunlap y McCright (2010) sobre los argumentos negacionistas, se utilizaron fórmulas de tipo: “cambio climático” AND (“alarmismo” OR “catastrófista” OR “exagerado”). La lectura guiada de los párrafos resaltados en Factiva de más de 200 artículos resultantes en la búsqueda permitió la selección de 4 textos que, de una manera u otra, ponen en duda la existencia del cambio climático o muestran escepticismo respecto a los conocimientos científicos sobre el mismo. Tras recopilar las expresiones y conceptos utilizados en dichos artículos

se realiza una nueva búsqueda con nuevos términos asociados como “estafa”, “farsa”, “mantra”, “mentira”, “invento”, “populista”, “lobby” y sus variaciones. Se localizan otros 17 artículos y con ellos volvemos a repetir la operación, agregando nuevos conceptos a las fórmulas de búsqueda.

Al final se han utilizado cerca de 50 conceptos o expresiones de búsqueda, incluidas algunas complejas y específicas como “ideología ecologista” o “religión climática”. Para la selección final de los 100 artículos de la muestra se ha realizado una lectura guiada (a partir de los conceptos resaltados en Factiva) de párrafos en 1.765 noticias.

La selección incluyó todo tipo de textos periodísticos sin discernir, por ejemplo, entre noticias y artículos de opinión. Este criterio nos parece fundamental a la hora de estudiar el negacionismo climático en los medios de comunicación, ya que algunos autores han detectado cierto sesgo en la investigación de esta temática al excluir los artículos de opinión (McKnight, 2010).

La lectura completa posterior de los 100 artículos de la muestra ha servido para ir extrayendo las características comunes y las distintas peculiaridades en los discursos utilizados en los textos. Esta tarea de análisis comparativo ha permitido a su vez recopilar los aspectos metodológicos que parecen más relevantes en un estudio de esta temática. En una última fase, se ha procedido a comparar dichos aspectos con la literatura existente, contrastando los resultados obtenidos con otros trabajos previos.

3. Aspectos metodológicos relevantes en el estudio del negacionismo climático en los medios escritos

El análisis de la muestra nos ha permitido aislar una serie de factores que parecen determinantes en el estudio del negacionismo en los medios de comunicación escritos. Los siguientes epígrafes muestran de forma agrupada los más relevantes:

3.1. Objeto de la negación

Buena parte de los artículos analizados en este estudio no ofrecen argumentos explícitos contra la existencia del cambio climático sino contra factores vinculados. Por ejemplo, critican a las personas y los discursos que defienden su existencia, sobre todo los que consideran más radicales, provenientes de grupos ecologistas o de los partidos políticos de izquierda. Esto hace necesario comenzar delimitando el objeto mismo de la negación climática.

Varios autores han defendido la necesidad de diferenciar, desde una perspectiva cercana a la expuesta, entre los diversos tipos de argumentos negacionistas (Rahmstorf, 2004; Poortinga et al, 2011; Hobson & Niemeyer, 2012; Van Rensburg, 2015). En términos generales, estos trabajos engloban los argumentos negacionistas en dos grandes grupos. Un primer gran grupo estaría conformado por el escepticismo epistemológico -que hace referencia a las dudas sobre el estado de la ciencia del cambio climático (Capstick y Pidgeon, 2014; Van Rensburg, 2015). Sobre este gran grupo algunos autores (Rahmstorf, 2004; Poortinga et al, 2011; Hobson & Niemeyer, 2012) han identificado subgrupos en función de los hechos a negar. Así, se ha identificado 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 otro de "atribución" -que sin negar el cambio climático considera incorrecto atribuir su origen a la actividad humana-. En cualquier caso, los argumentos negacionistas de este gran grupo a menudo aparecen prácticamente sin desarrollo, con menciones tan escuetas que es difícil clasificar en subgrupos.

Un segundo gran grupo es aquel escepticismo que varios autores han denominado "de respuesta", donde no se niega la ciencia climática pero se introducen dudas sobre la efectividad e idoneidad de las respuestas a tomar. En buena parte de los artículos de la muestra, extraídos de periódicos económicos, se argumenta contra las regulaciones vinculantes para limitar el calentamiento global debido a las implicaciones que estas tendrían sobre el libre mercado y sus impactos sobre la economía, una línea argumentativa presente en otros estudios previos (Capstick y Pidgeon, 2014; Van Rensburg, 2015). Como señala Schmid-Petri (2017), este tipo de argumentos es también más frecuente en medios conservadores, con textos que defienden no tomar medidas para combatir el calentamiento global o que al menos estas no sean obligatorias.

Un tercer grupo de argumentos identificados en la muestra son aquellos que, sin cuestionar la ciencia ni los argumentos económicos que justificarían la inacción climática, arremeten contra el cambio climático por considerarlo parte de una ideología rechazable. Es decir, se rechaza la existencia del fenómeno por considerarlo principalmente un constructo ideológico. Este tipo de argumentos son más frecuentes en los textos de opinión, lo cual confirmaría la importancia de incluir en la investigación los artículos de esta sección periodística. En cualquier caso, la inclusión de artículos de opinión en la muestra facilita la diversidad de perspectivas en lo relativo al argumento, pues se ha podido comprobar que las formas de escepticismo "científico" también son más habituales en columnistas (artículos de opinión) conservadores, confirmando los hallazgos de Elsasser y Dunlap (2013).

3.2. La representación del consenso científico.

Aunque este es un punto vinculado al anterior, adquiere importancia autónoma por ser uno de los principales ejes argumentativos del negacionismo. En algunos de los artículos negacionistas analizados destacan los argumentos que ponen en duda el consenso científico sobre el cambio climático, en ocasiones citando a los supuestos científicos discordantes. La percepción del debate científico en torno al cambio climático como algo más o menos igualado en torno a posiciones enfrentadas alimenta el escepticismo social.

Esta representación del cambio climático basada en una supuesta división de la ciencia tiene su reflejo en la sociedad. Así, mientras el consenso real en el campo de la ciencia climática es superior al 97% (Cook et al, 2013; Oreskes, 2004), las encuestas de opinión reflejan una brecha amplia entre el conocimiento de la ciencia climática y la percepción social de la misma, especialmente en sociedades como la estadounidense (CBS News Poll, 2020), pero también en sociedades menos polarizadas como la española (Heras, 2013; Meira et al, 2013).

Este aspecto metodológico es importante porque el grado de percepción del consenso científico se ha demostrado como un pasaporte fundamental para la propia aceptación de la evidencia climática. Según han argumentado numerosos autores, si las personas perciben que el grado de consenso científico es alto, estarán más dispuestas no solo a aceptar que el cambio climático es una realidad y que está causado por la acción humana; también estarán más dispuestas a aceptar el hecho de que la sociedad debe actuar (Ding et al., 2011; McCright et al, 2013; Lewadonsky et al 2013). Esta equidistancia percibida se convierte en un refugio para justificar las posiciones ideológicas antes mencionadas.

3.3. Intensidad del negacionismo

Aunque en muchos de los artículos de la muestra el discurso negacionista es notorio, en una proporción nada desdeñable encontramos tipos de negacionismo difuso o poco explícitos. La intensidad del negacionismo es uno de los parámetros habituales en las investigaciones sobre esta temática. Así, Schmid-Petri *et al* (2015) se han preguntado hasta qué punto el escepticismo climático en los medios ha ido transitando a formas más sutiles. De hecho, esto sería visible en un creciente número de artículos con argumentos de respuesta, donde se defiende evitar regulaciones políticas vinculantes para reducir las emisiones de CO2.

Todo parece indicar que el objeto del negacionismo (véase punto anterior) es un factor determinante en la intensidad del negacionismo climático en sentido estricto, es decir, la negación de que esté ocurriendo un cambio climático antropogénico. En todo caso, la intensidad del argumentario también puede ser analizada en referencia al uso de frases y expresiones más directas y rotundas en todos los tipos de negacionismo analizados. En algunos casos, se han detectado discursos negacionistas sutiles cuando se incluye el cambio climático en una enumeración de políticas dudosas, propuestas ideológicas de partidos de izquierdas o temas recurrentes del pensamiento políticamente correcto.

3.4. El contraste empírico cotidiano

En algunos de los textos negacionistas analizados, el argumentario principal se basa en la propia experiencia del periodista o columnista, que se muestra escéptico al cambio climático en relación a fenómenos experimentados (por ejemplo, una gran nevada o una intensa ola de frío). Aunque los argumentos utilizados no buscan una legitimidad universalizadora, sirven para generar dudas sobre las implicaciones cotidianas y cercanas del cambio climático.

Algunos autores defienden que los cambios ambientales globales (y en particular los relativos al cambio climático) no son perceptibles al ojo humano, lo que podría explicar una falta de reacción a los mismos. Se ha descrito también la hipermetropía ambiental, según la cual la distancia geográfica al problema está inversamente relacionada a su percepción ("los que contaminan son los demás", Uzzell, 2000) y también se ha propuesto que el grado de implicación y afección de los impactos ambientales en el día a día condicionan su percepción (García-Mira y Real, 2005). En medio de toda una serie de procesos cognitivos que desempeñan un papel en la percepción de los cambios

ambientales, también es importante identificar el rol desempeñado por la información objetiva en dicha percepción.

3.5. La politización del cambio climático

Entre los argumentos mas utilizados en los artículos analizados se encuentran de forma creciente los de tipo ideológico o político, incluidas expresiones como "izquierda climática", "apocalipsis socialista", "farsa progre" o "ideología ecologista".

El componente ideológico ha sido identificado de forma recurrente como un factor decisivo a la hora de explicar la abundancia de las noticias negacionistas en algunos países. En 2013, una encuesta en Estados Unidos mostraba como tan solo el 24% de los votantes republicanos consideraban que el cambio climático tenía causas antropogénicas, frente a un 66% en el caso de los votantes demócratas (Klein, 2014).

De hecho, Kahan (2015) señala que las personas más ilustradas en la ciencia, y con mayor capacidad y solvencia de razonamiento técnico, resultan ser precisamente las más polarizadas culturalmente (Kahan et al, 2012). Nuestras creencias estarían en cierto grado modeladas por los grupos sociales a los que pertenecemos, que sentimos como nuestros y a los que nos sentimos leales. Pero no solo influyen los factores ideológicos: a similar información recibida la respuesta a la misma puede variar en función de la percepción de sus consecuencias. Un estudio realizado en 25 países pone de manifiesto como la relación entre personas conservadoras y negacionismo era mayor en aquellos países más contaminantes y con mayores emisiones (la relación es particularmente fuerte en EEUU y Australia), no encontrándose relación significativa en países con pocas emisiones (Hornsey et al, 2018).

Por tanto, alimentar el argumento ideológico a través de artículos de opinión, sacando además a la ciencia del foco, refuerza los sesgos preexistentes y dificulta la aceptación de la realidad climática. En este sentido, según Klein (2017), los votantes de derechas estadounidenses no rechazan la ciencia, sino lo que el mensaje científico implicaría para la economía. Las investigaciones de Kahan (2007) refuerzan esta teoría, al demostrar como los votantes conservadores están más dispuestos a aceptar la ciencia si las soluciones que se les proponen con entran en conflicto con los preceptos del libre mercado.

Este aspecto metodológico de la politización se cruza con otro anteriormente descrito, el de la representación del consenso científico. Cook y colaboradores demostraron que cuanto más abrazaba la gente los preceptos ideológicos del libre mercado, mayor era su percepción de que el consenso científico en relación al clima era menor, llegando los más neoliberales a situarlo a un nivel tan bajo como el 35%. Las personas más progresistas por su parte estimaban que el nivel de consenso científico se situaba en el 70%, aún lejos en cualquier caso del 97% de consenso real.

Esta "brecha de consenso"-en palabras de Cook et al.- entre la realidad y la percepción tendría por tanto explicaciones principalmente ideológicas. Sin embargo habría al menos casi un 30% de diferencia que se explicaría por otras razones entre las que los autores señala un déficit de información o una mala calidad de la misma (Cook et al,

2013). Es decir, según estos autores, la falta de percepción del nivel real de consenso científico se debe en parte a una predisposición ideológica, pero otra parte podría ser parcialmente corregida con una información más adecuada y veraz del diagnóstico científico. Por tanto, existe evidencia empírica de que la información en sí es importante de forma objetiva a la hora de explicar las percepciones sociales de los problemas.

4. Discusión: apuntes metodológicos para el estudio del negacionismo climático en los medios escritos.

Del análisis de los artículos negacionistas de la muestra podemos extraer una serie de aprendizajes claves a la hora de diseñar una metodología de estudio específica. Así, encontramos cinco factores que van a determinar cómo nos enfrentamos a una investigación de este estilo:

1. Los distintos objetos de la argumentación negacionista nos permite clasificar los discursos por su orientación y la estrategia discursiva utilizada.

2. La forma en la que el artículo representa el consenso científico es clave para determinar el tipo de discurso negacionista e incluso a derimir cuándo podemos hablar de negacionismo y cuando no.

3. La mayor o menor intensidad del argumentario negacionista nos permite, por ejemplo, detectar discursos sutiles, pese a la dificultad que eso entraña en ocasiones.

4. La utilización de fórmulas de contraste empírico cotidiano nos señala por lo general un tipo de discurso escéptico que alimenta el negacionismo comunicativo.

5. Por último, la ideologización o politicación del cambio climático es un ingrediente clave en los argumentos negacionistas, sirviendo como forma de identificación del enemigo y objetivo de ataque en muchos de los discursos analizados.

La incorporación de argumentos negacionistas en las noticias de los medios de comunicación ha atendido históricamente a diversas razones que incluyen desde una ideología conservadora más propensa a rechazar aquellos argumentos que cuestionan el sistema económico, campañas efectivas de comunicación de lobbies negacionistas, o un excesivo celo deontológico que ha llevado una interpretación quizás errónea del equilibrio periodístico.

Sin embargo la evidencia muestra que el negacionismo hoy en los medios de comunicación no tiene una presencia importante. Además, los argumentos más radicales, como aquellos que niegan directamente el fenómeno, no son los más abundantes, predominando en cambio aquellos que sin negar el hecho o el origen del cambio climático, cuestionan el alcance, el impacto económico de las medidas a tomar o la efectividad de las mismas.

Pero es preciso alertar de la necesidad de profundizar en este campo de estudio pues existen importantes lagunas sobre el comportamiento de los medios de comunicación en relación al negacionismo. En primer lugar, para conocer mejor su evolución y la existencia de posibles patrones es necesario un estudio continuado en el tiempo. Sin bien la ciencia climática no puede ser más sólida, la realidad sociopolítica es muy cambiante y del mismo modo que se producen momentos de auge del neqacionismo climático en el plano político, esto también podría reflejarse en los medios de comunicación. Además es fundamental incluir los artículos de opinión en las muestras a estudiar, pues esta sección se ha convertido en una especie de refugio de argumentos negacionistas que los medios de comunicación, al margen de su ideología, han desterrado de sus noticias o incluso sus editoriales.

En segundo lugar, es necesaria una mejor caracterización del negacionismo en los medios de comunicación, que identifique no solamente el tipo de medio, la linea editorial o el tipo de argumento escéptico utilizado, sino que además permita una aterrizaje más granular en relación a las secciones informativas en los que aparecen estos argumentos, los términos mas habitualmente utilizados, e incluso las narrativas más frecuentes.

5. Referencias bibliográficas

García-Mira, R. y Real, E. J. (2005). Environmental perception and cognitive maps. *International Journal of Psychology, 40* (1).

Gavin, N. T. (2009). Adressing climate change: a media perspective. *Environmental Politics, 18* (5), 765 – 780.

Gozzer, S., & Domínguez, M. (2011). Global climate change in the Spanish media: How the conservative press portrayed Al Gore's initiative. *Contributions to Science, 7*(1), 65– 70.

Heras, F. (2013) *La negación del cambio climático en españa: percepciones sociales y nuevos tratamientos mediáticos*. Actas de las jornadas internacionales medios de comunicación y cambio climático (coord. Fernández-Reyes y Mancinas-Chávez). https://idus.us.es/handle/11441/30820.

Hiles, S., & Hinnant, A. (2014). Climate Change in the Newsroom: Journalists' Evolving Standards of Objectivity When Covering Global Warming. *Science Communication, 36*.

Hobson, K., & Niemeyer, S. (2012). What sceptics believe: The effects of information and deliberation on climate change scepticism. *Public Understanding of Science*, 22(4).

Jiménez-Gómez, I., & Martin-Sosa-Rodríguez, 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.

Jiménez-Gómez, I. (2018). Propuesta de clasificación de las principales dificultades metodológicas en la investigación cuantitativa sobre comunicación. En *Metodologías 4*, Eguizabal Maza, R. (ed), pp. 89-106, Fragua.

Kahan, D. (2015). Climate-Science Communication and the *Measurement Problem. Advances in Political Psicology, 36, 1-43.*

Kahan et al. (2012). The polarizing impact of science literacy and numeracy on perceived climate change risks. *Nature Climate Change*, 2, 732-735.

Kaiser, J., & Rhomberg, M. (2015). Questioning the Doubt: Climate Skepticism in German Newspaper Reporting on COP17. *Environmental Communication, 1*, 19.

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

Lewandowsky, S., Gignac, G. E., & Vaughan, S. (2013). The pivotal role of perceived scientific consensus in acceptance of science. *Nature Climate Change, 3*(4),399-404

McKnight, D. (2010). A change in the climate? The journalism of opinion at News Corporation. *Journalism 11* (6), 693–706.

Meira, P. A., Arto, M., Heras Hernández, F., Iglesias da Cunha, L., Lorenzo, J. J., & Montero, P. (2013). *La respuesta de la sociedad española ante el cambio climático.* Fundación Mapfre

Oreskes, N. (2004). The Scientific Consensus on Climate Change. *Assays on science and society, 306*, 5072.

Painter, J. y Gavin, N. T. (2015). Climate skepticism in British newspapers, 2007–2011. *Environmental Communication*, 1–21.

Poortinga, W., Spence, A., Whitmarsh, L., Capstick, S. & Pidgeon, N. F. (2011). Uncertain climate: An investigation into public scepticism about anthropogenic climate change. *Global Environmental Change, 21*, 3.

Rahmstorf, S. (2004). *The climate sceptics*. http://www.pik-potsdam.de/~stefan/Publications/Other/rahmstorf_climate_sceptics_2004.pdf

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.

Trumbo, C. (1996). Constructing climate change: Claims and frames in U.S. News coverage of an environmental issue. *Public Understanding of Science*, *5*, 269-283.

Uzzell, D. L., (2000) The psycho-spatial dimension of global environmental problems. *Journal of Environmental Psychology*, *20*, 4.

Wagner, P. y Payne, D. (2017). Trends, frames and discourse networks: Analysing the coverage of climate change in irish newspapers. *Irish Journal of Sociology*, *25* (1), 5.

Van Rensburg, W. (2015). Climate change scepticism: A conceptual re-evaluation. *SAGE Open*, April-June 2015.

Wilson, K. (2000b). Drought, debate, and uncertainty: measuring reporters' knowledge and ignorance about climate change. *Public Understanding of Science 9*, 1–13.

Conflicto de intereses: el autor declara que no existen.

Traducción al inglés: aportada por el autor.

HOW TO CITE (APA 7ª)

Martín-Sosa, S. (2021). Apuntes metodológicos para el estudio del negacionismo climático en los medios escritos. *Comunicación y Métodos - Communication & Methods*, *3*(1), 56-66. http://doi.org/10.35951/v3i1.111