

DESINFORMACIÓN CLIMÁTICA Y POLARIZACIÓN: RETOS PARA LA GOBERNANZA DEMOCRÁTICA EN LA ESFERA DIGITAL

CLIMATE DISINFORMATION AND POLARIZATION: CHALLENGES FOR DEMOCRATIC GOVERNANCE
IN THE DIGITAL SPHERE

Juan Carlos Solano Lucas

Universidad de Murcia, España

ORCID: 0000-0002-2145-4613

jcsolano@um.es

Juan Antonio Clemente Soler

Universidad de Murcia, España

ORCID: 0000-0003-2272-6219

juanantonio.clemente@um.es

Renato Sebastián Larrea Pazmiño

Universidad de Murcia, España

ORCID: 0009-0004-8726-1576

renatosebastian.larreap@um.es



| Resumen |

La digitalización ha ampliado el acceso a la información ambiental, pero también ha intensificado la desinformación y la polarización, tensionando la calidad democrática y la capacidad de sostener políticas climáticas redistributivas. Este artículo presenta los resultados de un estudio mixto que combina el análisis secundario de series de encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) y del International Social Survey Programme (ISSP) sobre creencia en el cambio climático y actitudes asociadas, con cruces por ideología, sexo y nivel educativo, y el análisis temático de seis grupos de discusión realizados en distintas regiones españolas. La evidencia cuantitativa muestra patrones socialmente estructurados de aceptación, duda y escepticismo, con diferencias consistentes por nivel de formación e ideología política. En los discursos cualitativos emergen la “fatiga informativa”, la circulación de narrativas contradictorias y el papel ambivalente de las redes sociales: facilitan la movilización en torno al cambio climático, pero también propician la desconexión y la sospecha, dificultando la construcción de consensos. Se interpreta la desinformación climática como un problema de gobernanza digital que erosiona la confianza institucional y debilita la deliberación pública, comprometiendo la legitimidad de la transición ecológica y, con ello, la sostenibilidad del Estado de bienestar.

Palabras clave: Desinformación; Polarización; Democracia digital; Cambio climático.

| Abstract |

Digitalisation has broadened access to environmental information, but has also intensified disinformation and polarisation, putting strain on democratic quality and the capacity to sustain redistributive climate policies. This article presents the results of a mixed-methods study combining secondary analysis of survey series from the Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) and the International Social Survey Programme (ISSP) on belief in climate change and associated attitudes, with cross-tabulations by ideology, sex, and educational level, and thematic analysis of six focus groups conducted in different Spanish regions. The quantitative evidence reveals socially structured patterns of acceptance, doubt and scepticism, with consistent differences by educational level and political ideology. The qualitative discourses surface “information fatigue”, the circulation of contradictory narratives and the ambivalent role of social media: they facilitate mobilisation around climate change, but also foster disengagement and distrust, hindering consensus-building. Climate disinformation is interpreted as a digital governance problem that erodes institutional trust and weakens public deliberation, undermining the legitimacy of the ecological transition and, with it, the sustainability of the welfare state.

Keywords: Disinformation; Polarisation; Digital democracy; Climate change.

| Introducción |

El cambio climático constituye uno de los desafíos civilizatorios más complejos del siglo XXI, no solo por la magnitud de sus impactos biofísicos, sino por las tensiones sociopolíticas que genera su abordaje. El sexto informe de evaluación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) estima que alrededor de 3.600 millones de personas habitan zonas altamente vulnerables a los efectos del calentamiento global (Naciones Unidas, 2022), una cifra que subraya la dimensión estructural del problema. Al mismo tiempo, la digitalización ha cambiado las condiciones en que la ciudadanía se informa sobre el medio ambiente, debate sobre él y toma postura ante las políticas de mitigación y adaptación. Si bien durante décadas la comunicación del riesgo climático pasaba por las instituciones científicas, los gobiernos y los medios convencionales, con la llegada de las plataformas digitales se rompió ese oligopolio informativo, abriendo nuevos espacios para la movilización ecologista; pero también para la construcción y propagación de narrativas negacionistas, escépticas y abiertamente desinformativas.

España representa un caso de estudio particularmente relevante en este contexto, ya que es uno de los países europeos donde se prevén mayores impactos del cambio climático y donde las emisiones de gases de efecto invernadero han crecido de forma notable (Lázaro et al., 2019). Al mismo tiempo, las encuestas sitúan a España entre los países con la población más preocupada de Europa por la crisis climática. Sin embargo, esa preocupación declarada convive con un patrón muy estable, cuando los hogares ordenan sus prioridades, lo ambiental queda por detrás del empleo o la vivienda (Heras y Meira, 2017; Rodon, 2024; Valdor et al., 2020). La paradoja (mucha preocupación, poca priorización) apunta a que las actitudes climáticas se forman cruzadas por variables sociodemográficas y culturales que merecen ser analizadas con cierto detalle.

La desinformación climática no es espontánea ni nació en internet. La sociología política y los estudios de comunicación llevan tiempo documentándolo, sirva de ejemplo cómo

los actores vinculados a la industria de los combustibles fósiles pusieron dinero en campañas para sembrar dudas sobre el consenso científico. Lo hicieron copiando, casi calcando, el manual que la industria tabacalera había escrito tiempo atrás (Oreskes y Conway, 2010; Farrell, 2016; Supran y Oreskes, 2017). La novedad reside en el canal, ya que, en redes sociales, esas mismas estrategias se amplifican gracias a los algoritmos que premian los contenidos que polarizan emocionalmente y empujan al usuario hacia cámaras de eco ideológicas (Sunstein, 2018; Cinelli et al., 2021). En el caso español, esa dinámica se cruza con una polarización política creciente que ha convertido al cambio climático en un marcador identitario de partido político. El resultado es que un consenso transversal sobre la transición ecológica resulta cada vez más difícil de construir.

En este artículo defendemos que la desinformación climática es un problema de gobernanza digital con efectos directos sobre la calidad democrática. La caída de la confianza en las instituciones científicas y políticas, frecuentemente alimentada por la circulación de narrativas contradictorias en los entornos digitales, debilita el debate público. Sin una deliberación pública sólida, cuesta legitimar políticas redistributivas de largo recorrido, que son justamente las que exige la transición ecológica. Y, en última instancia, lo que está en juego es la sostenibilidad del Estado de bienestar. Su viabilidad depende de que se sigan sosteniendo pactos intergeneracionales, algo que se vuelve más complicado en un escenario ambiental cada vez más incierto, por el calado de ciertas ideologías nacionalistas y neoliberales.

Los datos empíricos del artículo proceden del estudio *“Actitudes y percepción sobre el cambio climático, desde una perspectiva intergeneracional y de género”*. Ese estudio combina el análisis secundario de 22 encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) y del ISSP entre 1996 y 2024 con el análisis temático de seis grupos de discusión realizados en distintas regiones españolas. El diseño responde a una estrategia mixta de triangulación convergente, donde el componente cuantitativo cruza la creencia y las actitudes climáticas por ideología, sexo y nivel educativo, mientras que el componente cualitativo (seis grupos de discusión celebrados en Murcia, Tarragona, Santiago de Compostela, Cádiz, Bilbao y Madrid, con una distribución equilibrada por edad), permite acceder a las dimensiones simbólicas y discursivas que las encuestas estandarizadas no capturan. A partir de ese material, aquí proponemos una lectura complementaria, centrada en las intersecciones entre desinformación, polarización ideológica y gobernanza democrática. Son dimensiones que el estudio original toca de manera tangencial, pero que pedían un tratamiento más específico y mejor conectado con la literatura internacional sobre el tema. Conviene precisar, por tanto, el alcance de esta aportación, ya que los resultados empíricos, tanto los patrones cuantitativos de creencia, duda y escepticismo como las categorías discursivas obtenidas en los grupos de discusión, proceden del estudio original, mientras que la contribución específica de este artículo reside en su relectura interpretativa en clave de desinformación, polarización y gobernanza democrática digital, y en su articulación sistemática con la literatura especializada.

| Objetivos, hipótesis y estrategia metodológica |

El objetivo general de este artículo es analizar cómo la desinformación climática y la polarización ideológica, amplificadas por el ecosistema digital, afectan a las actitudes de la población española ante el cambio climático y condicionan las posibilidades de una gobernanza democrática eficaz de la transición ecológica. Este objetivo se despliega en tres objetivos específicos:

- Describir los patrones socialmente estructurados de aceptación, duda y escepticismo climático en España según ideología política, sexo y nivel educativo.
- Explorar cómo las dinámicas de desinformación, fatiga informativa y ambivalencia de las redes sociales se manifiestan en los discursos ciudadanos.
- Interpretar estos hallazgos en clave de gobernanza digital y calidad democrática.

Las hipótesis de trabajo, derivadas del diseño mixto del estudio original y reformuladas para el enfoque de este artículo, son las siguientes:

- La creencia en el cambio climático presenta una estructuración ideológica significativa, con niveles de escepticismo y negación consistentemente más altos entre quienes se posicionan en la derecha del espectro político, siendo esta brecha más acusada en los hombres.
- El nivel educativo opera como factor protector frente a la desinformación, de modo que la aceptación del cambio climático aumenta progresivamente con el nivel de formación.
- En los discursos cualitativos emerge una tensión entre el potencial movilizador de las redes sociales y su capacidad para generar tanto fatiga informativa como desconexión, en este sentido manifestándose como un obstáculo para la deliberación pública y la construcción de consensos climáticos.

La estrategia metodológica sigue un diseño mixto de triangulación convergente. El componente cuantitativo consiste en el análisis secundario de series de encuestas del CIS y del ISSP, con variables de cruce por ideología, sexo y nivel educativo. El componente cualitativo se basa en el análisis temático de seis grupos de discusión realizados en Murcia, Tarragona, Santiago de Compostela, Cádiz, Bilbao y Madrid, con una distribución equilibrada por edad (50 % menores de 35 años, 50 % mayores de 35 años) y composición variable por sexo. Ambos componentes se integran en la fase interpretativa para ofrecer una lectura comprensiva de las actitudes climáticas en España.

| Marco teórico y estado de la cuestión |

El análisis de la desinformación climática como fenómeno sociopolítico requiere un marco teórico que articule tres niveles de análisis:

- Las condiciones estructurales de producción y difusión de narrativas desinformativas.
- Los mecanismos cognitivos y comunicativos que median su recepción, particularmente en entornos digitales.
- Las implicaciones para la gobernanza democrática y la legitimidad de las políticas de transición ecológica.

A continuación, se desarrollan estos tres ejes, integrando la literatura internacional con las evidencias disponibles para el caso español.

Desinformación climática: origen, difusión y actores

La desinformación climática no constituye un mero déficit informativo ni un producto espontáneo de la incertidumbre científica, sino una estrategia deliberada y organizada. La investigación pionera de Oreskes y Conway (2010) documentó cómo un reducido grupo de científicos vinculados a la industria del tabaco y de los combustibles fósiles orquestó campañas sistemáticas para cuestionar el consenso científico sobre el calentamiento global, apelando a la fabricación de duda como herramienta política. Por otro lado, Farrell (2016), mediante análisis de redes, demostró que las organizaciones del contramovimiento climático en Estados Unidos conformaban una estructura interconectada y financiada predominantemente por corporaciones energéticas, con capacidad de producir y difundir contenidos escépticos a gran escala. Supran y Oreskes (2017) extendieron este análisis al caso de ExxonMobil, revelando la discrepancia entre el conocimiento interno de la empresa sobre los riesgos del calentamiento global y sus comunicaciones públicas, todas ellas orientadas a minimizar la urgencia del problema.

La migración de estas estrategias al ecosistema digital ha supuesto un salto cualitativo. Treen et al. (2020) analizaron la evidencia sobre la desinformación climática en línea, concluyendo que las redes sociales facilitan la viralización de contenidos negacionistas mediante mecanismos de amplificación algorítmica, micro-segmentación de audiencias y explotación de sesgos cognitivos como el sesgo de confirmación. Farrell (2019) complementó este análisis mostrando cómo el flujo de financiación filantrópica hacia organizaciones escépticas había alimentado la producción de contenidos desinformativos en el entorno digital estadounidense. En el contexto europeo, y específicamente en España, Heras y Meira (2017) constataron que, aunque el negacionismo climático explícito es minoritario en comparación con Estados Unidos, la relativización del problema y la ambivalencia discursiva constituyen formas difusas de escepticismo con efectos igualmente erosivos sobre la acción colectiva.

Ligado a este tipo de mecanismos negacionistas, podemos ver como la desinformación ha ido evolucionando y ha comenzado a usar mecanismos de desacreditación y deslegitimación sin llegar a rechazar por completo el cambio climático, lo que el Center for Countering Digital Hate (2024) denomina como el *new denial* o desinformación

de soluciones, caracterizada por el desplazamiento estratégico hacia la creación de inseguridad y desconfianza hacia las respuestas tecnológicas y políticas climáticas propuestas. Esta nueva dinámica no cuestiona de manera directa la existencia o las consecuencias del cambio climático, sino que opta por crear una línea de cuestionamiento crítico hacia las medidas de protección, paliación y adaptación catalogándolas como ineficaces, injustas, costosas, utópicas o incompatibles con un bienestar social realista para crear duda dentro de la población. Tal y como establecen Nicolosi et al. (2025), este tipo de actitudes giran en torno a descalificar toda medida o política climática como “estafa”, catalogándolas de actuaciones encubiertas que ponen en peligro sectores laborales, o como proyectos de las élites que no tienen en cuenta las necesidades de una persona común; creando de esta manera una nueva discusión sobre el cambio climático enfocada en el coste económico, haciendo que la importancia social de las medidas se vea desplazada a un segundo plano.

Al igual que ocurre con las posturas negacionistas tradicionales, el denominado *new denial* ha encontrado en las redes sociales un entorno especialmente propicio para su desarrollo. Esto debido a que las plataformas digitales funcionan como canales de comunicación masiva que, en muchos casos, presentan una moderación limitada e insuficiente con relación al gran volumen de contenido que se publica de manera constante.

Además, esta nueva estrategia no se centra en negar el fenómeno ni en refutar directamente la evidencia empírica, sino que se sitúa en un terreno más ambiguo. En lugar de cuestionar los hechos, pone el foco en las soluciones, generando una gran diversidad de opiniones sobre un mismo tema. Este proceso se ve favorecido por la existencia de sesgos cognitivos y por los vacíos conceptuales que muchas personas aún tienen sobre el cambio climático. Como consecuencia, se construyen narrativas acumulativas en las que el público llega a percibir como razonable que cualquier medida propuesta responde a intereses ocultos, como el aumento de impuestos, el encarecimiento del coste de vida o el beneficio económico de determinados grupos (Boykoff, 2011). Esta percepción tiene un impacto en la agenda de lucha contra el cambio climático, ya que demora la aceptación social de tales políticas climáticas y hace difícil su implementación. Como consecuencia, estas medidas no alcanzan la eficacia esperada, lo que da lugar a un ciclo de retroalimentación negativa. Los defensores del *new denial* intensifican su crítica utilizando los limitados resultados para reforzar sus argumentos, especialmente cuando los cambios no resultan tan positivos como habían anticipado las instituciones públicas o las grandes empresas, generando así nuevas quejas y desconfianza.

Polarización ideológica, redes sociales y fatiga informativa

La relación entre ideología política y actitudes ante el cambio climático es una de las regularidades empíricas más robustas en la sociología ambiental. McCright y Dunlap (2011a), en su prestigioso estudio sobre el negacionismo climático en Estados Unidos, demostraron que los varones blancos conservadores presentaban niveles

significativamente más altos de negación del cambio climático que cualquier otro grupo demográfico, un patrón que fue atribuido a mecanismos de cognición protectora de su identidad y de justificación del sistema. McCright y Dunlap (2011b) documentaron además una polarización creciente entre demócratas y republicanos en sus creencias sobre el calentamiento global entre 2001 y 2010, mostrando cómo el nivel educativo reforzaba las diferencias ideológicas en lugar de atenuarlas. Entre los conservadores, mayor educación se asociaba con mayor escepticismo. Dunlap et al. (2016) confirmaron que esta brecha partidista seguía ampliándose en el público estadounidense.

En el contexto europeo, y particularmente en España, la polarización ideológica en torno al cambio climático presenta matices específicos. Nuestro estudio muestra que la aceptación del cambio climático es consistentemente más alta entre quienes se posicionan en la extrema izquierda (92,7 % en 2020 entre los hombres) y desciende progresivamente hacia la derecha del espectro, donde el escepticismo alcanza el 31,0 % entre los hombres de extrema derecha en 2018. No obstante, a diferencia del caso estadounidense, el negacionismo explícito es minoritario incluso en la derecha española; lo que predomina es una forma de escepticismo difuso que relativiza la urgencia del problema o atribuye los cambios climáticos a ciclos naturales. Torre y Gallego (2022), en su aproximación cualitativa a la preocupación climática en España, identificaron este tipo de discurso como una expresión de resistencia a las implicaciones redistributivas de las políticas de transición ecológica.

Las redes sociales operan en este contexto como un factor amplificador de la polarización. Sunstein (2018), en su obra sobre democracia dividida en la era digital, argumentaba que los entornos algorítmicos facilitan la formación de cámaras de eco en las que los usuarios consumen predominantemente información que confirma sus creencias previas, cuya consecuencia es la radicalización progresiva de sus posiciones de grupo. Pariser (2011) introdujo el concepto complementario de burbujas de filtro para describir los entornos informativos personalizados que los algoritmos construyen en torno a cada usuario, limitando su exposición a perspectivas divergentes. Cinelli et al. (2021) proporcionaron evidencia empírica del efecto de cámara de eco en varias plataformas sociales, mostrando que los patrones de interacción tendían a reforzar la homogeneidad ideológica. Por el contrario, Bruns (2019) matizó que las metáforas de las cámaras de eco y las burbujas de filtro, pese a su popularidad, carecen de una definición operativa precisa y tienden a sobredimensionar el aislamiento informativo real de los usuarios, quienes en la práctica navegan entornos mediáticos mucho más heterogéneos.

Un fenómeno íntimamente ligado a la sobreexposición informativa en entornos digitales es la fatiga informativa. Gurr et al. (2022) conceptualizaron la fatiga temática como el agotamiento que experimentan los receptores ante una cobertura mediática prolongada e intensa de un mismo asunto público, distinguiéndola de la mera saturación informativa. Este efecto adquiere una dimensión especialmente problemática en el actual ecosistema mediático, ya que los medios tradicionales tienden a presentar opiniones contrastadas

por expertos, con una vocación de exhaustividad que puede resultar en sobrecarga para el consumidor promedio. En cambio, los medios digitales priorizan el dinamismo y la viralidad, recurriendo con frecuencia a la especulación y a la polémica como estrategias para la captación de audiencias. El resultado es una ciudadanía expuesta a mensajes contradictorios de forma constante, lo que favorece una retirada cognitiva para evitar el malestar que genera tener que posicionarse ante informaciones incompatibles entre sí. Como señala Morozov (2011), la sobreexposición constante a información, que en redes puede llegar a ser involuntaria debido a la normalización de un consumo de contenido pasivo, tiende a reducir la eficacia del mensaje.

En el ámbito climático, esta puede traducirse en desconexión, indiferencia o incluso hostilidad hacia nuevos mensajes sobre la crisis climática. Un efecto especialmente paradójico dado que la urgencia del problema no ha hecho sino aumentar. El estudio del que emanan los datos de este artículo recoge testimonios de participantes en los grupos de discusión que expresan esta dinámica: la sobreexposición a noticias negativas sobre el cambio climático genera una necesidad de desconexión que, lejos de favorecer la acción, alimenta la pasividad.

Gobernanza digital, confianza institucional y transición ecológica

La gobernanza digital, entendida como el conjunto de mecanismos institucionales, regulatorios y participativos que ordenan la relación entre tecnología, información y decisión pública, se ha convertido en un campo de análisis indispensable para la sociología política contemporánea. La desinformación climática interpela directamente este concepto al evidenciar la incapacidad de los marcos regulatorios actuales para garantizar la integridad de un ecosistema informativo donde se ha de sostener la legítima deliberación democrática de la ciudadanía. Habermas (2022), en esta misma línea, en sus recientes reflexiones sobre la esfera pública digital, señaló que la fragmentación algorítmica del espacio comunicativo está erosionando las condiciones que hacen posible una opinión pública racional, al sustituir la deliberación argumentada por la exposición selectiva a contenidos emocionalmente afines.

La erosión de la confianza institucional es un mecanismo central en este proceso. Cuando la ciudadanía desconfía tanto de las instituciones científicas como de las políticas, la capacidad del sistema democrático para sostener políticas climáticas de largo plazo, que implican costes presentes para inciertos beneficios futuros, se ve notablemente comprometida. Los datos del estudio original revelan una tendencia decreciente en la disposición de la población española a asumir costes personales por el medio ambiente, lo que los autores interpretan como una posible expresión de desconfianza hacia la efectividad de las medidas del Estado y de organismos supranacionales. Esta dinámica conecta con lo que Norgaard (2011) denominó negación sociológica del cambio climático. Este tipo de negativa no representa una negación de los hechos científicos, sino una negación de sus implicaciones prácticas para la vida cotidiana. Dicho de otro modo, ciertos mecanismos culturales permiten a los individuos reconocer el problema sin sentirse forzados a actuar.

El vínculo entre transición ecológica, políticas redistributivas y Estado de bienestar cierra el círculo analítico. Como han argumentado Gough (2017) y Koch y Fritz (2014), la transición hacia un modelo económico descarbonizado exige una reconfiguración profunda del contrato social que sostiene el Estado de bienestar, incorporando dimensiones de justicia climática intergeneracional e intrageneracional. Si la desinformación erosiona la confianza necesaria para sostener estos pactos redistributivos, las políticas de transición pierden legitimidad democrática y se vuelven políticamente inviables. En España, donde la percepción de justicia climática está fuertemente condicionada por la ideología y el género (las mujeres de izquierda son quienes más asocian el cambio climático con cuestiones de equidad social), la fragmentación del consenso informativo amenaza con profundizar las brechas existentes y bloquear las reformas necesarias.

La investigación sobre actitudes climáticas mediante metodologías cualitativas, y particularmente mediante grupos de discusión, cuenta con una tradición consolidada en la sociología ambiental. Retamal et al. (2011) mostraron que estas estrategias funcionan especialmente bien para captar las dimensiones emocionales, culturales y simbólicas de la percepción climática, justo lo que las encuestas estandarizadas suelen dejar fuera. En España, Callejo (2020) analizó lo que denominó “el discurso ausente” sobre el cambio climático y argumentó que la falta de marcos interpretativos consolidados en el imaginario colectivo dificulta el salto de la preocupación abstracta a la disposición concreta para actuar. Es una lectura útil para entender una brecha bastante característica del caso español: el contraste entre la alta preocupación declarada y la baja disposición a asumir costes personales por la protección ambiental, algo que los datos del estudio original documentan de forma sistemática.

En el ámbito internacional, la investigación sobre la relación entre género y actitudes climáticas ha generado un cuerpo de evidencia consistente. Bush y Clayton (2023), en un análisis comparado global, encontraron que las mujeres muestran mayor preocupación por el cambio climático y mayor apoyo a las políticas de mitigación en la mayoría de los países analizados, una diferencia que se mantiene controlando por variables socioeconómicas y que atribuyen a la socialización diferencial en valores de cuidado y responsabilidad comunitaria. En España, Velasco Gisbert et al. (2020), en su diagnóstico de situación sobre género y cambio climático, constataron que las mujeres no solo se ven más afectadas por las consecuencias ambientales, ya sean estas, pobreza energética, feminización de la pobreza o impactos en la salud, sino que también demuestran una mayor sensibilidad hacia estos problemas, lo que se traduce en actitudes más proactivas y comprometidas. Estas evidencias son coherentes con los hallazgos del estudio en que se basa este artículo y subrayan la importancia de incorporar la perspectiva de género en el análisis de la gobernanza climática.

| Metodología |

Este artículo se basa en los datos empíricos del estudio “Actitudes y percepción sobre el cambio climático, desde una perspectiva intergeneracional y de género”, un trabajo de investigación con diseño mixto cuyas características metodológicas se describen a continuación tal como fueron definidas por los autores originales.

Componente cuantitativo

El componente cuantitativo consiste en un análisis secundario de datos procedentes de 22 estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) y del International Social Survey Programme (ISSP), realizados entre 1996 y 2024. Los estudios utilizados incluyen tanto barómetros de opinión como encuestas temáticas específicas sobre medio ambiente. Entre los principales se encuentran: el Estudio 2209 de 1996 (Ecología y medio ambiente I), el Estudio 2390 de 2000 (Medio ambiente I, ISSP), el Estudio 2837 de 2010 (Medio ambiente II, ISSP), el Estudio 3391 de 2023 (Encuesta social general española / Medio ambiente III, ISSP) y el Estudio 3424 de 2024 (Encuesta sobre tendencias sociales III), entre otros.

De estos estudios se extrajeron 37 preguntas referidas a la creencia en el cambio climático, la preocupación ambiental, los hábitos sostenibles y el compromiso medioambiental. Las variables de cruce utilizadas fueron cinco: sexo, edad (en cohortes de 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65-74 y 75 y más años), nivel de estudios (sin estudios, primaria, secundaria primera etapa, secundaria segunda etapa, formación profesional y estudios superiores), autopostricionamiento ideológico (en una escala recodificada de seis categorías: extrema izquierda, izquierda, centro-izquierda, centro-derecha, derecha y extrema derecha) y tamaño del municipio de residencia.

Para el análisis de la creencia en el cambio climático, se utilizaron cuatro estudios específicos (años 2000, 2007, 2018 y 2020) cuyas preguntas fueron recodificadas en tres categorías comparables: aceptación, escepticismo/negación e incertidumbre/duda. Las asociaciones entre variables se evaluaron mediante pruebas de chi-cuadrado con niveles de significación estadística convencionales ($p < 0,05$).

Componente cualitativo

El componente cualitativo se basó en la realización de seis grupos de discusión distribuidos en distintas regiones de España: Murcia (Región de Murcia), Tarragona (Cataluña), Santiago de Compostela (Galicia), Cádiz (Andalucía), Bilbao (País Vasco) y Madrid (Comunidad de Madrid). Cada grupo contó con seis participantes titulares y dos suplentes, manteniendo una distribución equilibrada por edad: el 50 % de los participantes eran menores de 35 años y el otro 50 % superaba esa edad. La composición por sexo varió según el grupo: exclusivamente masculino en Murcia, exclusivamente femenino en Cádiz y Santiago de Compostela, y mixto en Madrid, Tarragona y Bilbao.

El guion de los grupos de discusión se estructuró en torno a cuatro ejes temáticos:

- Definición y comprensión del cambio climático.
- Percepción del cambio climático en la vida diaria.
- Diferencias generacionales en la percepción.
- Relevancia, urgencia y acciones personales y colectivas.

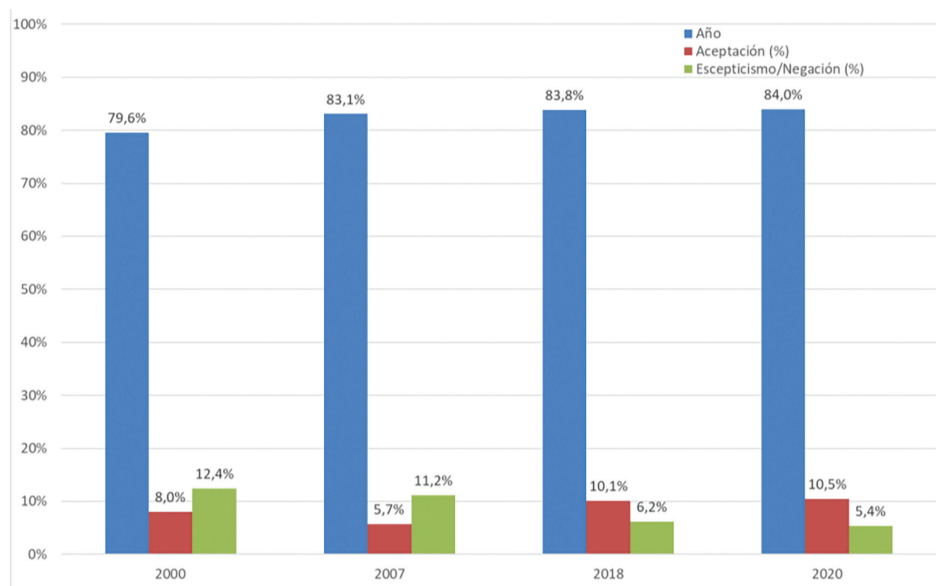
El método de análisis empleado fue el análisis temático, orientado a la identificación de categorías emergentes en los discursos de los participantes. Para el presente artículo, se han priorizado las categorías relacionadas con la desinformación, la fatiga informativa, el papel de las redes sociales y la polarización ideológica. Cabe señalar que la emergencia de la fatiga informativa como categoría relevante resultó de referencias espontáneas de los participantes en el transcurso de los grupos de discusión, y no de una indagación sistemática previa sobre hábitos de consumo mediático.

| Resultados |

Patrones cuantitativos de creencia, duda y escepticismo climático

Los datos del análisis secundario de encuestas del CIS y del ISSP revelan que la aceptación del cambio climático en España es mayoritaria, pero no uniforme. En el año 2000, el 79,6 % de la población encuestada aceptaba la existencia del calentamiento global, y creció hasta el 84,0 % en 2020 (véase Figura 1).

Figura 1. Evolución de la creencia en el cambio climático en España, por categorías de aceptación, escepticismo/negación e incertidumbre/duda (2000-2020)

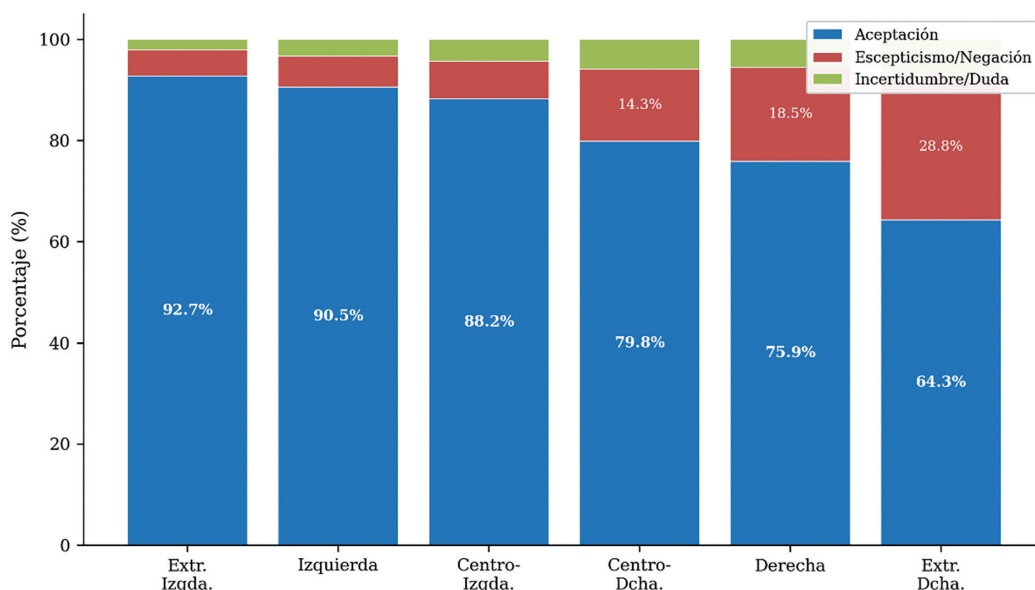


Fuente: Elaboración propia a partir del estudio Actitudes y percepción sobre el cambio climático, desde una perspectiva intergeneracional y de género, con datos del CIS.

La estructuración ideológica de la creencia climática es uno de los hallazgos más consistentes del estudio. Los datos muestran que la aceptación es significativamente más alta entre las personas de ideología de izquierda, especialmente en la extrema izquierda, donde alcanzó el 92,7 % tanto en hombres como en mujeres en 2020. En contraste, entre los hombres de extrema derecha la aceptación oscilaba entre el 64,3 % y el 75,9 %

según el año, mientras que el escepticismo/negación alcanzaba el 31,0 % en 2018. Las pruebas de chi-cuadrado confirman que la asociación entre ideología y creencia en el cambio climático es altamente significativa ($p = 0,000$) en los años más recientes, tanto para hombres como para mujeres, aunque en los hombres esta asociación no era estadísticamente significativa en 2000 y 2007, lo que sugiere una politización progresiva del tema (véase Figura 2).

Figura 2. Creencia en el cambio climático por ideología política, hombres (2020)

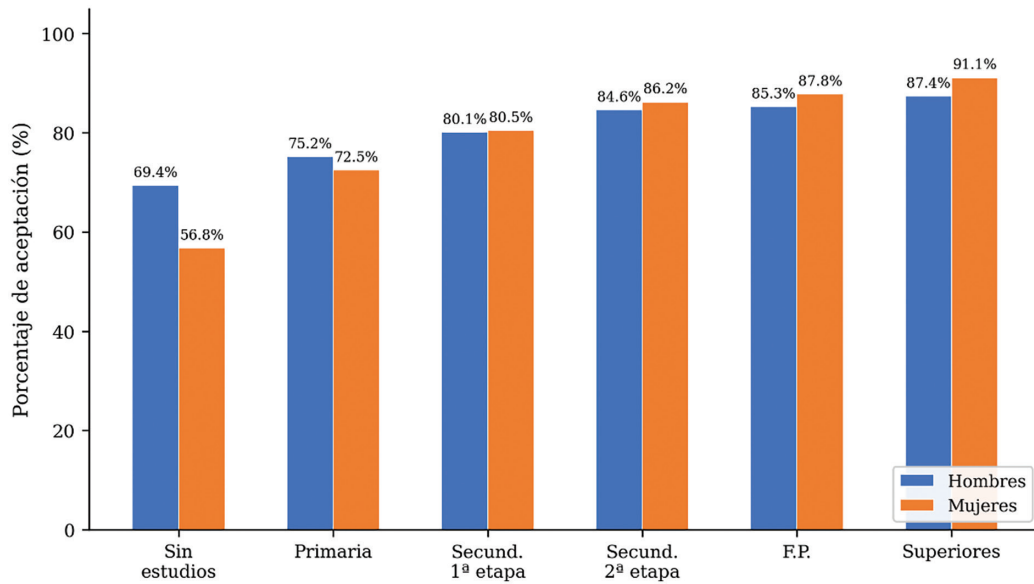


Fuente: Elaboración propia a partir del estudio Actitudes y percepción sobre el cambio climático, desde una perspectiva intergeneracional y de género, con datos del CIS.

El nivel educativo opera como un factor de protección frente al escepticismo. En el año 2000, la aceptación del cambio climático entre los hombres sin estudios era del 62,5 %, mientras que entre los que tenían estudios superiores alcanzaba el 88,7 %. En 2020, las mujeres con estudios superiores presentaban un nivel de aceptación del 91,1 %, con un escepticismo inferior al 10 % y una incertidumbre prácticamente residual (1,8 %). Las diferencias según nivel educativo son estadísticamente significativas en todos los años analizados, con valores de chi-cuadrado consistentemente más altos en las mujeres, lo que indica que el nivel educativo tiene un impacto más pronunciado en la formación de creencias climáticas entre las mujeres que entre los hombres (véase Figura 3).

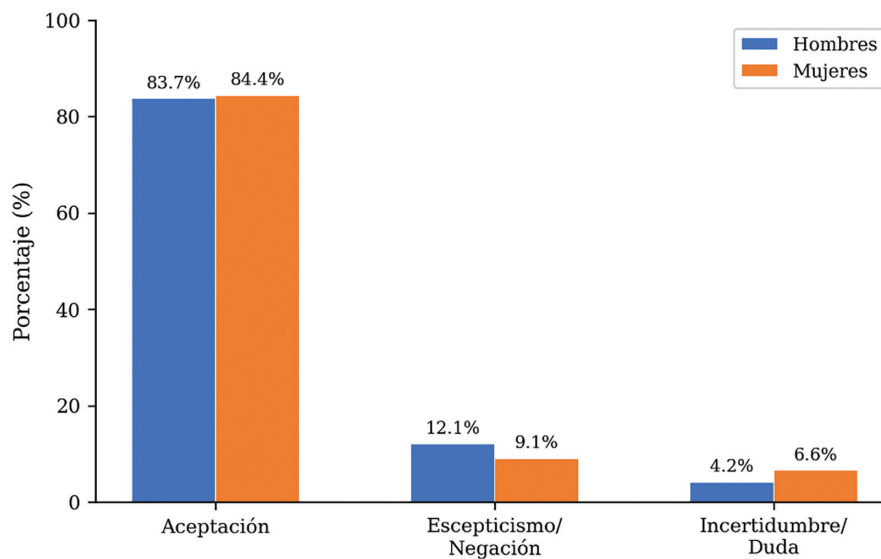
Las diferencias de género añaden una capa adicional de complejidad. Los hombres muestran consistentemente mayores niveles de escepticismo que las mujeres en todos los años analizados, un patrón estadísticamente significativo ($p = 0,000$ en 2000 y 2007; $p = 0,005$ en 2018; $p = 0,001$ en 2020). Las mujeres, por su parte, presentan niveles más altos de incertidumbre, especialmente entre las de mayor edad y menor nivel educativo. Sin embargo, la incertidumbre femenina tiende a resolverse hacia la aceptación a medida que aumenta el nivel de formación, mientras que en los hombres la incertidumbre muestra una distribución más estable que no se reduce con la misma intensidad (véase Figura 4).

Figura 3. Aceptación del cambio climático por nivel de estudios y sexo (2020)



Fuente: *Elaboración propia* Actitudes y percepción sobre el cambio climático, desde una perspectiva intergeneracional y de género, con datos del CIS.

Figura 4. Creencia en el cambio climático por sexo (2020)

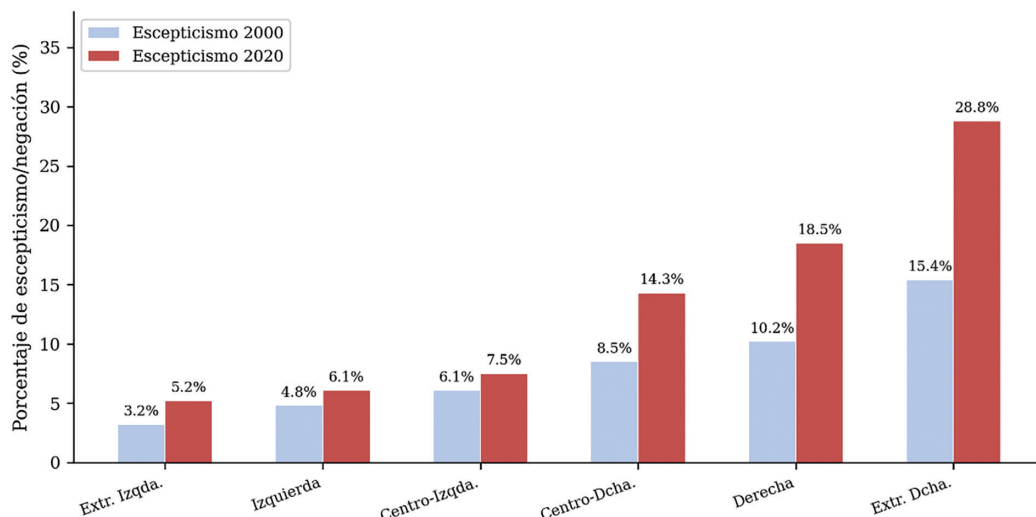


Fuente: *Elaboración propia a partir del estudio* Actitudes y percepción sobre el cambio climático, desde una perspectiva intergeneracional y de género, con datos del CIS.

Un hallazgo especialmente relevante para la tesis de este artículo es el incremento del escepticismo y el negacionismo entre 2018 y 2020, observable en todos los grupos de edad y posiciones ideológicas, pero particularmente acusado en dos segmentos: los jóvenes varones y las personas mayores de 75 años. Entendemos que este incremento puede estar relacionado con factores como la desinformación, la influencia mediática partidista, la polarización política o una sensación de fatiga informativa medioambiental.

No obstante, dado que el estudio no midió de forma sistemática los hábitos de consumo informativo digital de la población, esta atribución debe entenderse como una hipótesis interpretativa plausible y no como una relación causal empíricamente establecida. Esta interpretación es coherente con la evidencia internacional sobre el efecto rebote que la sobreexposición informativa puede generar sobre las actitudes climáticas (véase Figura 5).

Figura 5. Evolución del escepticismo climático por ideología política, hombres (2000 vs. 2020)



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio Actitudes y percepción sobre el cambio climático, desde una perspectiva intergeneracional y de género, con datos del CIS.

El análisis por tamaño del municipio aporta una perspectiva espacial adicional. Los datos revelan que la aceptación del cambio climático tiende a ser mayor en los municipios de mayor tamaño, tanto entre hombres como entre mujeres, lo que sugiere una mayor permeabilidad de las áreas urbanas a la información climática y una mayor exposición a los efectos ambientales locales de la contaminación. Sin embargo, esta relación es menos lineal de lo que cabría esperar, ya que, en los municipios más pequeños, la conexión directa con el entorno natural genera una forma de conciencia ambiental centrada en problemas locales (sequía, escasez de agua, deterioro del paisaje) que no siempre se traduce en una aceptación del marco global del cambio climático. El estudio original revela que los hombres de municipios pequeños muestran en 2023 un mayor acuerdo con la afirmación de que “casi todo lo que hacemos perjudica al medio ambiente” que los residentes en ciudades grandes, lo que indica que la sensibilidad ambiental rural adopta formas específicas no reductibles al eje urbano-rural.

La preocupación medioambiental, medida a través de diversos indicadores, presenta una evolución temporal que también merece atención. Aunque los problemas medioambientales no suelen figurar entre los tres principales problemas percibidos para España (donde el desempleo, la economía y la inmigración han ocupado históricamente las primeras posiciones), su relevancia ha ido creciendo de forma sostenida a lo largo de las dos últimas décadas. El cambio climático como categoría específica comenzó a

aparecer en las encuestas del CIS a partir de mediados de la década de 2000, alcanzando posiciones más visibles a partir de 2018. No obstante, esta mayor visibilidad no se ha traducido proporcionalmente en una mayor disposición a asumir costes personales; el compromiso medioambiental, medido por la disposición a pagar precios más elevados, contribuir con impuestos adicionales o aceptar recortes en el nivel de vida, muestra una tendencia decreciente que interpretamos como posible expresión de desconfianza hacia la efectividad de las medidas gubernamentales.

Narrativas y representaciones sociales en los grupos de discusión

El análisis temático de los seis grupos de discusión revela un panorama discursivo considerablemente más complejo y ambivalente que el que sugieren los datos cuantitativos. Cuatro categorías temáticas emergentes resultan especialmente relevantes para el enfoque de este artículo: la desinformación como obstáculo percibido, la fatiga informativa, el papel dual de las redes sociales y la desconexión entre preocupación y acción.

La desinformación sobre el cambio climático aparece como una preocupación transversal en los grupos, aunque se articula de formas distintas según la edad, el sexo y el contexto regional. Los participantes identifican múltiples fuentes de desinformación: grupos de interés vinculados a los combustibles fósiles, actores políticos que promueven discursos negacionistas, y la propia dinámica de las redes sociales, donde la ausencia de verificación factual permite la propagación de bulos y rumores. Una participante del grupo de Santiago de Compostela señalaba que “hay discursos negacionistas del cambio climático que calan profundo en el imaginario colectivo” (P25S). Otro participante del grupo de Murcia indicaba que “no, hay mucha desinformación sobre prácticas de reciclaje y cambio climático” (P7M), expresando una percepción generalizada de déficit de información veraz.

De igual manera, podemos ver la presencia del *new denial*, ya que, a pesar de no negar el cambio climático de manera directa, aparecen posiciones críticas acerca de las políticas o las formas de implementación de estas. Un participante en Murcia exponía que “yo reciclo, pero sé que no quito las montañas de plástico de Indonesia” (P12M), mostrando su descontento ante algunas políticas climáticas que pueden llegar a considerarse como insuficientes o utópicas, pues no consiguen manifestar un impacto observable en un problema a gran escala. Otro participante en Bilbao indicaba que “todo es hipocresía, prohibir bolsas de plástico, pero Repsol sigue funcionando (...) dan trabajo, pero nos matan con contaminación” (P22B), haciendo ver cómo existe un descontento en la población frente a la inequidad percibida debido al trato menos exigente que reciben empresas grandes en comparación con las imposiciones y cambios que ven las personas en su día a día.

La fatiga informativa constituye una de las categorías más reveladoras del análisis cualitativo. Los participantes describen una dinámica paradójica: la sobreexposición a noticias negativas sobre el cambio climático no genera una mayor movilización, sino una

necesidad de desconexión. Un participante del grupo de Tarragona expresaba: “Si te pones a ver todos los días imágenes de huracanes, de incendios, al final normalizas todo” (P18T). Otro participante del mismo grupo añadía: “Estamos muy sobreexpuestos... ahora mismo estás con el móvil y te llega el Twitter, el Instagram, y la noticia está vinculada con el diario” (P1T). Estos testimonios ilustran un mecanismo de saturación cognitiva que, lejos de intensificar la preocupación, genera una suerte de anestesia emocional ante la crisis climática.

El papel de las redes sociales emerge en los discursos con una marcada ambivalencia. Por un lado, los participantes más jóvenes reconocen el potencial movilizador de las plataformas digitales, que les permiten acceder a información sobre la crisis climática, conectarse con comunidades comprometidas y presionar a empresas y gobiernos. Una participante del grupo de Santiago de Compostela señalaba que “las redes sociales pueden ser motivacionales, pero también pueden causar rechazo y fatiga” (P27S). Otra participante del mismo grupo reconocía que “a veces siento la necesidad de desconectar debido a la sobreexposición a noticias negativas” (P32S). Esta dualidad, las redes como herramienta de movilización y como fuente de saturación, dificulta una evaluación unívoca de su impacto sobre las actitudes climáticas.

La polarización ideológica también se hace visible en los discursos cualitativos, aunque de forma menos explícita que en los datos cuantitativos. Los participantes reconocen que la percepción del cambio climático varía según la ideología política, y que ciertos discursos negacionistas circulan con más facilidad en determinados entornos políticos. Un participante del grupo de Madrid señalaba que “existen diferencias en la percepción del cambio climático según la ideología política” (P12M). Algunos participantes mayores reproducen en sus intervenciones posiciones escépticas o relativizadoras, interpretando los cambios climáticos como fenómenos cíclicos naturales más que como consecuencia de la actividad humana.

Las diferencias de género en los discursos cualitativos son consistentes con los patrones cuantitativos. Las mujeres expresan una preocupación más intensa y una orientación más marcada hacia la acción colectiva y la justicia social, mientras que los hombres tienden a centrarse en soluciones tecnológicas y económicas. Como señalaba una participante del grupo de Bilbao, “las mujeres son más rápidas para actuar y más conscientes debido a sus roles en el hogar” (P33B). Por su parte, una participante del grupo de Santiago de Compostela indicaba: “Yo también creo que hay perfiles... que es más fácil que las mujeres estén más concienciadas sobre el cambio climático... temas de sociales, pensar a futuro, que le voy a dejar a mis hijos” (P30S). Esta dimensión de género en la percepción climática apunta a un componente de socialización diferencial que condiciona no solo las actitudes, sino también las formas de compromiso con la acción climática.

Las diferencias intergeneracionales constituyen otro eje transversal del análisis cualitativo. Las generaciones más jóvenes expresan una mayor sensibilización y disposición a actuar, una tendencia que atribuyen tanto a la educación ambiental recibida como a su exposición a información sobre la crisis climática a través de los medios digitales. Como señalaba un participante del grupo de Tarragona, “las nuevas generaciones están más concienciadas

sobre el cambio climático” (P13T). Los jóvenes perciben el cambio climático no como una amenaza abstracta o lejana, sino como un desafío personal y generacional, lo que se refleja en su participación en movimientos como *Fridays for Future* y en la adopción de prácticas sostenibles cotidianas. En contraste, las generaciones mayores presentan percepciones más moderadas y, en algunos casos, escépticas, interpretando los cambios climáticos como parte de ciclos naturales. Un participante mayor del grupo de Madrid expresaba: “Yo leo y no sé a qué quieren llamar con cambio climático... cambios del clima extremo ha habido y realmente, eso ha existido siempre” (P22M2). Este tipo de discurso, sin constituir un negacionismo explícito, reproduce narrativas escépticas que circulan con facilidad en los entornos mediáticos y que contribuyen a diluir la percepción de urgencia.

Una categoría emergente especialmente significativa es la percepción de justicia climática. Los participantes identifican a los agricultores y las nuevas generaciones como los grupos más afectados por el cambio climático, reconociendo la vulnerabilidad de quienes dependen directamente del clima para su subsistencia y de quienes heredarán un planeta impactado. Algunos testimonios destacan que el cambio climático afecta con mayor fuerza a las personas en situación de vulnerabilidad, especialmente en países en desarrollo. Esta percepción de injusticia distributiva está más presente en las mujeres y en las personas de ideología de izquierda, lo que conecta con la evidencia cuantitativa sobre la estructuración ideológica y de género de las actitudes climáticas. La percepción de que las políticas medioambientales “parecen estar diseñadas para aquellos que tienen más recursos” (P18T) apunta a un déficit de legitimidad percibido que alimenta la desconfianza y dificulta la adhesión ciudadana a las medidas de transición ecológica.

| Discusión |

Los resultados presentados permiten articular una interpretación integrada de las actitudes climáticas en España que sitúa la desinformación en el centro de un problema de gobernanza democrática. Esta discusión se organiza en torno a cinco ejes analíticos: el encuadre de la desinformación como problema estructural de gobernanza digital, la erosión de la confianza institucional y sus mediaciones ideológicas, las intersecciones de género e intergeneracionalidad en la deliberación climática, las implicaciones para la legitimidad de la transición ecológica y la sostenibilidad del Estado de bienestar, y las limitaciones del estudio junto con su diálogo con la literatura internacional.

La desinformación climática como problema estructural de gobernanza digital

El primer eje de esta discusión es la necesidad de encuadrar la desinformación climática no como un mero problema de alfabetización mediática individual, sino como una cuestión estructural de gobernanza digital. Los datos del estudio muestran que el escepticismo climático no se distribuye aleatoriamente, sino que sigue patrones

socialmente estructurados, siendo más frecuente entre los hombres, entre las personas de ideología conservadora y entre quienes tienen menor nivel educativo. Esta distribución no responde a diferencias en la capacidad cognitiva de los individuos, sino a la interacción entre estrategias deliberadas de producción de desinformación (Farrell, 2016; Oreskes y Conway, 2010), sesgos algorítmicos que amplifican contenidos polarizantes (Cinelli et al., 2021), y disposiciones ideológicas que predisponen a ciertos grupos a acoger narrativas que minimizan la urgencia del problema climático (Dunlap y McCright, 2011). El incremento del escepticismo entre 2018 y 2020, particularmente entre jóvenes varones y mayores de 75 años, sugiere que estas dinámicas están operando también en España, donde el negacionismo climático ha pasado de ser un fenómeno marginal a configurarse como un elemento del repertorio discursivo de determinadas fuerzas políticas.

La desinformación se produce y difunde en plataformas que, hasta muy recientemente, operaban sin obligaciones equivalentes de verificación o responsabilidad editorial. La aprobación del Reglamento de Servicios Digitales de la Unión Europea (Digital Services Act, DSA) en 2022 representó un avance regulatorio significativo al imponer obligaciones de transparencia algorítmica y de gestión de riesgos sistémicos a las grandes plataformas, pero su implementación efectiva en el ámbito de la desinformación climática está aún en fases iniciales. La gobernanza digital del espacio informativo climático requiere, en este sentido, no solo regulación reactiva dirigida a eliminar contenidos falsos ya publicados, sino también necesita de arquitecturas de información que recalibren los incentivos de viralización, desincentiven la amplificación algorítmica de contenidos emocionalmente polarizantes y garanticen que el consenso científico tenga una presencia proporcional a su solidez epistémica en los entornos digitales donde se forma la opinión pública.

Erosión de la confianza institucional y sus mediaciones ideológicas

El segundo eje se refiere a la erosión de la confianza institucional, y requiere un tratamiento más matizado que el que permite la dicotomía confianza/desconfianza. Los discursos cualitativos revelan una desconfianza generalizada hacia la capacidad de los gobiernos para gestionar eficazmente la crisis climática. Los participantes perciben que las decisiones políticas responden más a lógicas de imagen que a una visión de largo plazo, y expresan escepticismo hacia la efectividad de las medidas propuestas. Esta desconfianza se ve alimentada por la circulación de narrativas contradictorias en los entornos digitales, que dificultan la identificación de fuentes fiables y generan una sensación de confusión e impotencia. Como señaló Norgaard (2011), la negación sociológica del cambio climático se ve facilitada cuando las instituciones no son capaces de ofrecer un marco interpretativo coherente y creíble.

Los datos cuantitativos sobre la preocupación por los residuos nucleares en España añaden una dimensión analíticamente significativa a este cuadro. El estudio original evidencia que el incremento de la preocupación por los residuos nucleares entre los hombres de extrema derecha en los años más recientes no parece responder a una inquietud genuina por los riesgos ambientales, sino a una desconfianza en la capacidad de las instituciones públicas para gestionar adecuadamente estos residuos. Esto es una

postura coherente que se vincula con los principios de un liberalismo económico que cuestiona la eficiencia del sector público. Este hallazgo ilustra un mecanismo importante, que la desconfianza institucional puede generar formas de preocupación ambiental que, paradójicamente, se oponen a las políticas públicas de regulación ambiental. La misma desconfianza que genera escepticismo climático en algunos segmentos puede generar preocupación ambiental en otros, pero orientada no hacia la demanda de políticas climáticas redistributivas, sino hacia la crítica de la gestión pública. Esta bifurcación de la desconfianza tiene implicaciones directas para la comunicación climática institucional, ya que los mensajes que refuerzan la capacidad y legitimidad de las instituciones para gestionar la transición ecológica son simultáneamente necesarios para quienes necesitan razones para confiar y potencialmente contraproducentes para quienes ya han decidido no confiar en ellas.

La disposición a asumir costes personales por el medio ambiente (como pagar precios más elevados, contribuir con impuestos adicionales o aceptar recortes en el nivel de vida) muestra en los datos una tendencia decreciente que entendemos es una posible expresión de desconfianza hacia la efectividad de las medidas gubernamentales. Esta tendencia es especialmente pronunciada en los tramos de renta media y media-baja, donde la presión de las necesidades materiales inmediatas compite directamente con la disposición a invertir en bienes públicos climáticos de horizonte temporal incierto. Cuando la ciudadanía percibe que las instituciones no distribuyen equitativamente las cargas y los beneficios de las políticas públicas, la disposición al sacrificio personal disminuye de manera sistemática. En el caso climático, la percepción de que las políticas de transición ecológica “parecen estar diseñadas para aquellos que tienen más recursos” (P18T) constituye un obstáculo de legitimidad que ninguna campaña de comunicación puede superar sin abordar previamente las condiciones materiales de equidad en que se inscribe la transición.

Género e intergeneracionalidad en la deliberación climática

El tercer eje analiza las intersecciones de género e intergeneracionalidad en la percepción y deliberación climática, una dimensión que los datos del estudio iluminan con especial claridad y que tiene implicaciones directas para la gobernanza democrática de la transición ecológica.

Los valores de chi-cuadrado para la asociación entre nivel educativo y creencia en el cambio climático son consistentemente más altos en las mujeres que en los hombres en todos los años analizados. En 2020, el valor de chi-cuadrado para las mujeres es de 141,206, frente a 52,895 para los hombres. Este diferencial indica que el nivel educativo opera como un factor estructurante de las creencias climáticas con mayor intensidad en las mujeres que en los hombres. Las mujeres con menor formación presentan tasas de escepticismo e incertidumbre más altas que sus homólogos masculinos, mientras que aquellas con estudios superiores presentan tasas de aceptación más altas que los hombres del mismo nivel (91,1 % frente a 87,4 % en 2020). Este patrón admite una doble interpretación. Por un lado, puede reflejar que las mujeres son más sensibles a

los efectos de la formación educativa en la construcción de creencias sobre asuntos científicamente validados, lo que apuntaría hacia la educación como vector privilegiado de intervención para reducir el escepticismo climático. Por otro lado, puede indicar que las mujeres con menor formación están más expuestas a entornos informales de socialización (familia, comunidad, redes de cuidado, etc.) que reproducen narrativas escépticas o relativizadoras, lo que sitúa el problema en la dimensión de los entornos comunitarios de producción del conocimiento práctico sobre el medio ambiente.

Las diferencias intergeneracionales en las creencias climáticas presentan un perfil igualmente complejo. Aunque la aceptación tiende a disminuir con la edad en ambos géneros, pasando del 84,8 % en hombres de 18-24 años al 65,8 % en los de 75 y más en 2000, los datos de 2020 muestran que el escepticismo entre jóvenes varones de 18-24 años (12,3 %) no es sustancialmente inferior al de los hombres de 65-74 años (12,6 %), lo que sugiere un proceso de politización juvenil del escepticismo climático que no existía en etapas anteriores. Este fenómeno es coherente con la evidencia cualitativa sobre la ambivalencia de las redes sociales: si bien los jóvenes son el grupo que más utiliza plataformas digitales para informarse y movilizarse sobre el cambio climático, también se cuentan, plausiblemente, entre los más expuestos a los algoritmos de radicalización discursiva y a las comunidades digitales que circulan narrativas escépticas envueltas en retórica anticorrección política. El movimiento *Fridays for Future* y las comunidades negacionistas en redes sociales compiten por el mismo ecosistema digital juvenil, y los datos sugieren que ambas corrientes están ganando adeptos simultáneamente en segmentos demográficos distintos.

Las mujeres mayores presentan los niveles más altos de incertidumbre climática, hasta un 20,8 % en el grupo de 75 y más años en 2020, frente al 13,4 % de los hombres del mismo grupo, un hallazgo que merece una interpretación específica. La incertidumbre, en el contexto de las creencias climáticas, no equivale al escepticismo: no implica una negación activa del problema, sino una falta de certeza sobre su existencia o alcance. En grupos con menor acceso histórico a la educación formal y a los medios de información científica (particularmente entre las cohortes femeninas nacidas antes de la generalización del acceso educativo en España), la incertidumbre puede reflejar no un rechazo sino una ausencia de marcos interpretativos que permitan integrar la información climática disponible en una visión coherente del mundo. Esta interpretación sugiere que las estrategias de comunicación climática orientadas a reducir la incertidumbre entre las mujeres mayores deben adoptar formatos y lenguajes distintos de los utilizados para combatir el escepticismo activo. No se trata de refutar una posición, sino de construir marcos de sentido accesibles desde las experiencias y conocimientos prácticos de este grupo.

Polarización, legitimidad de la transición ecológica y Estado de bienestar

El cuarto eje conecta estos hallazgos con la legitimidad de la transición ecológica y la sostenibilidad del Estado de bienestar. La transición hacia una economía descarbonizada requiere políticas redistributivas de largo plazo que implican costes presentes para beneficios futuros e inciertos. Estas políticas solo pueden sostenerse democráticamente

si existe un consenso social mínimo sobre la urgencia del problema y la equidad de las medidas propuestas. Cuando la desinformación fractura ese consenso, distribuyendo de forma desigual las percepciones de urgencia según la ideología, el género y el nivel educativo, las posibilidades de articular una transición justa se ven severamente comprometidas. Los datos muestran que las personas de izquierda, y especialmente las mujeres, son más proclives a apoyar medidas redistributivas de protección ambiental, mientras que las personas de derecha y los hombres muestran mayor resistencia. Esta distribución asimétrica de las disposiciones hacia la acción climática no es un dato natural, sino el producto de un ecosistema informativo que refuerza las diferencias ideológicas preexistentes.

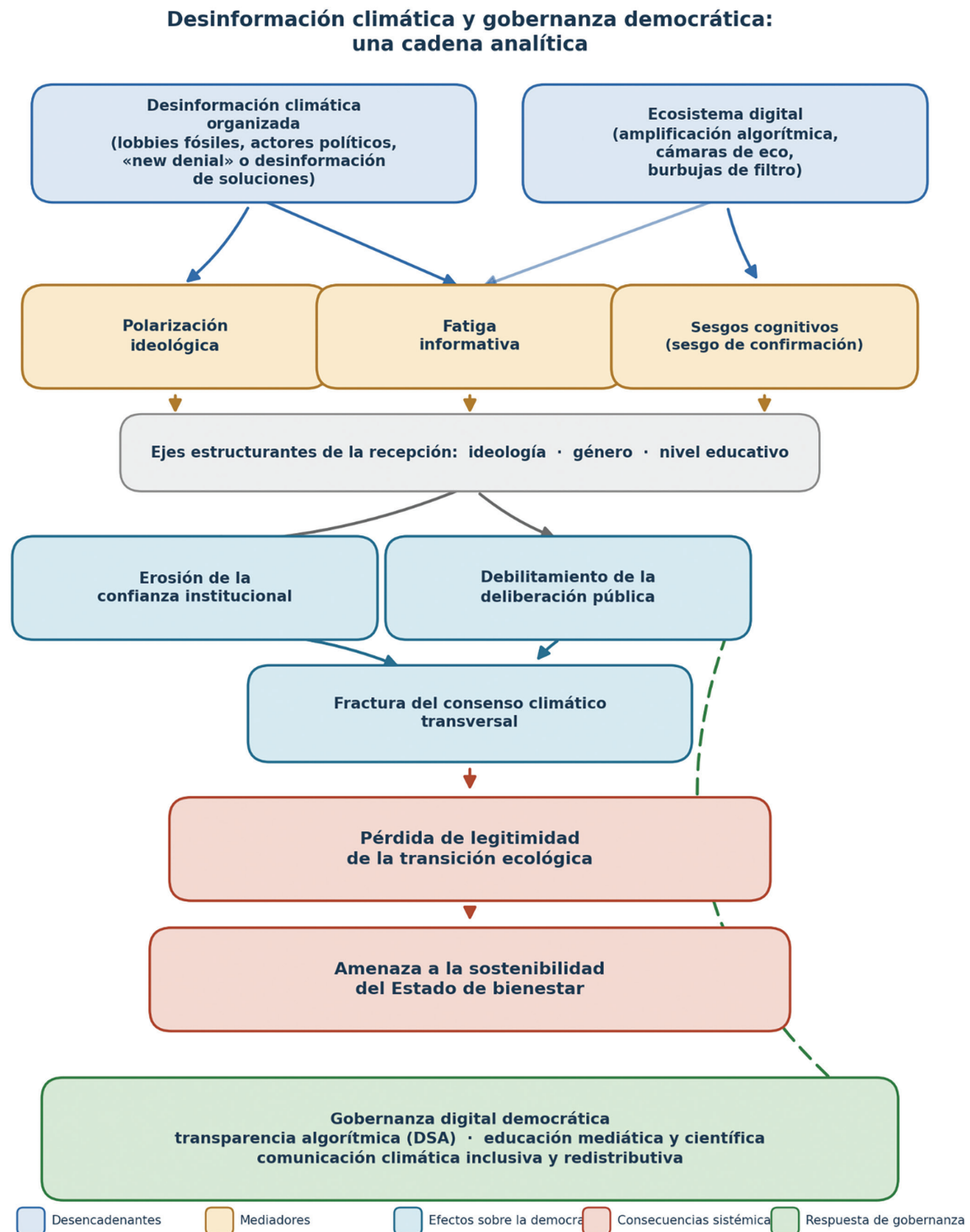
Desde la perspectiva de la sociología del bienestar, la transición ecológica puede conceptualizarse como la tercera gran transformación del contrato social moderno, tras la fundación del Estado de bienestar keynesiano en la posguerra y su recalibración neoliberal en las décadas de 1980 y 1990. Como argumentan Gough (2017) y Koch y Fritz (2014), la descarbonización de la economía no es un proceso técnico neutro, sino una reconfiguración profunda de las relaciones entre Estado, mercado y ciudadanía que exige nuevas formas de legitimación democrática. La diferencia respecto a las transformaciones anteriores reside en que esta tercera transformación debe gestionarse bajo condiciones de fragmentación informativa sin precedentes, en un ecosistema digital que erosiona sistemáticamente la confianza en los expertos y en las instituciones precisamente cuando más se las necesita. La paradoja es que la transición ecológica requiere el tipo de gobernanza de largo plazo basada en la confianza en el conocimiento científico y en la legitimidad redistributiva de las instituciones públicas, que el ecosistema de desinformación digital socava de manera estructural.

Los datos cualitativos del estudio apuntan a que esta contradicción no pasa inadvertida para la ciudadanía. La percepción de que las políticas medioambientales favorecen a quienes tienen más recursos no es una distorsión cognitiva atribuible exclusivamente a la desinformación, sino que refleja experiencias reales de desigualdad en la distribución de los costes y los beneficios de las medidas de transición energética. El coste de la factura eléctrica, la prohibición de vehículos de combustión, la regulación de la ganadería extensiva o el precio de los alimentos ecológicos son percibidos por segmentos amplios de la población como medidas que protegen o favorecen a clases medias-altas urbanas mientras imponen cargas desproporcionadas a las clases trabajadoras y a las economías rurales. Esta percepción, tanto si es exacta como si no, tiene efectos políticos reales, ya que alimenta la receptividad a narrativas populistas que contraponen el “ecologismo de los ricos” a las necesidades materiales de las clases populares. Neutralizar este discurso exige no solo comunicación climática más efectiva, sino políticas de transición que sean genuinamente redistributivas en su diseño, no solo en su retórica.

La Figura 6 sintetiza, a modo de mapa cognitivo, la cadena analítica desarrollada en esta discusión: cómo la desinformación climática, amplificada por el ecosistema digital y modulada por la ideología, el género y el nivel educativo, erosiona la confianza institucional y la deliberación pública, fractura el consenso climático y compromete la

legitimidad de la transición ecológica y la sostenibilidad del Estado de bienestar, así como el papel de la gobernanza digital democrática como respuesta capaz de interrumpir esa cadena (véase Figura 6).

Figura 6. Mapa cognitivo de la discusión: de la desinformación climática a la legitimidad de la transición ecológica



Fuente: Elaboración propia.

Limitaciones y diálogo con la literatura

Las limitaciones de este estudio deben ser señaladas con transparencia. En primer lugar, los datos cuantitativos proceden de un análisis secundario de encuestas diseñadas con propósitos diversos y con formulaciones de preguntas que variaron a lo largo del tiempo, lo que obligó a una recodificación cuya validez, aunque razonada por los autores en el estudio original, introduce un margen de imprecisión interpretativa.

En segundo lugar, el componente cualitativo, basado en seis grupos de discusión, ofrece una riqueza discursiva considerable pero su alcance territorial y muestral es necesariamente limitado, lo que restringe la generalizabilidad de los hallazgos.

En tercer lugar, el estudio original no aborda específicamente las dinámicas de consumo informativo digital de los participantes, de modo que las inferencias sobre el papel de las redes sociales se derivan de las referencias espontáneas de los participantes y no de una indagación sistemática sobre sus hábitos mediáticos.

Por último, el marco temporal de los datos cuantitativos no captura los posibles efectos de la DANA de 2024 en Valencia sobre las actitudes climáticas de la población española, ni permite dilucidar si el incremento del escepticismo juvenil entre 2018 y 2020 es un efecto específico de la exposición a redes sociales o responde a otros factores contextuales, como la politización del debate climático por parte de nuevas formaciones de extrema derecha en el período electoral de 2019.

No obstante, pese a estas limitaciones los hallazgos del estudio son coherentes con la evidencia internacional sobre la relación entre desinformación, polarización y actitudes climáticas. La contribución específica de este artículo reside en articular esos hallazgos desde una perspectiva de gobernanza democrática, argumentando que la desinformación climática no es simplemente un obstáculo para la acción ambiental, sino una amenaza para la calidad de la deliberación pública y, en último término, para la legitimidad de las instituciones democráticas encargadas de gestionar la transición ecológica.

El diálogo con la literatura internacional revela tanto coincidencias como divergencias significativas. En consonancia con los hallazgos de McCright y Dunlap (2011a, 2011b), los datos españoles confirman la estructuración ideológica de las actitudes climáticas y la mayor prevalencia del escepticismo entre los hombres conservadores. Sin embargo, a diferencia del caso estadounidense, donde el negacionismo climático ha alcanzado proporciones que dividen prácticamente al electorado en dos mitades, en España el escepticismo explícito sigue siendo minoritario, incluso entre los hombres de extrema derecha, donde la aceptación del cambio climático superaba el 64 % en 2020. Lo que predomina en el contexto español no es tanto la negación frontal como una forma difusa de relativización que cuestiona la urgencia del problema o la eficacia de las medidas propuestas. Esta forma de escepticismo suave conecta con lo que Callejo (2020) describió como el “discurso ausente” sobre el cambio climático en España, es decir, la dificultad colectiva para traducir la preocupación abstracta en un marco interpretativo que oriente la acción concreta.

Una divergencia adicional respecto a la literatura anglosajona se observa en el papel de la variable educativa. Mientras que McCright y Dunlap (2011b) documentaron el paradójico efecto de que mayor educación reforzaba el escepticismo entre los conservadores estadounidenses, lo que denominaron “cognición motivada”, los datos españoles muestran un patrón más lineal. En España, una mayor educación se asocia consistentemente con una mayor aceptación del cambio climático, independientemente de la ideología. La única excepción parcial es el fenómeno de la fatiga informativa entre personas con estudios superiores, que muestra un incremento del “poco interés” en noticias ambientales precisamente en el segmento más educado: 16,1 % en hombres y 17,6 % en mujeres con estudios superiores en 2020. Este fenómeno no puede interpretarse como escepticismo climático, ya que no implica una negación de los hechos, sino como una saturación cognitiva y emocional que puede predisponer a la desconexión y, en un segundo momento, a la receptividad de narrativas simplificadoras. La diferencia entre el caso español y el estadounidense en este punto puede relacionarse con las distintas tradiciones políticas y culturales en las que se inscribe el debate climático: mientras en Estados Unidos el negacionismo ha sido durante décadas una posición con cobertura mediática equivalente al consenso científico, en España el consenso sobre la existencia del cambio climático ha gozado históricamente de mayor aceptación transversal, lo que explica que el cuestionamiento tome formas más difusas de relativización y fatiga que de negación activa.

La evidencia cualitativa sobre la fatiga informativa coincide con los hallazgos de Gurr et al. (2022), quienes conceptualizaron este fenómeno como un efecto negativo de la cobertura mediática prolongada de un mismo asunto. No obstante, los datos españoles sugieren que la fatiga informativa en el ámbito climático presenta particularidades que la distinguen de otros temas:

- La combinación de sobrecarga emocional, derivada del tono catastrofista de buena parte de la cobertura mediática.
- La confusión cognitiva, alimentada por la coexistencia de narrativas contradictorias.
- La percepción de impotencia individual, que genera un proceso no solo desmotivador de la acción, sino que predispone a la receptividad de discursos simplificadores que minimizan el problema o culpabilizan a otros actores.

Esta dinámica de fatiga-receptividad a la desinformación constituye un mecanismo de segunda generación que va más allá de la exposición directa a contenidos falsos. Incluso ciudadanos bien informados y comprometidos con la causa climática pueden, en condiciones de saturación informativa, volverse más vulnerables a narrativas que les ofrecen permiso psicológico para desconectarse. El diseño de estrategias de comunicación climática que interrumpan este ciclo, bien mediante formatos que reduzcan la carga emocional negativa, bien enfatizando las soluciones sobre los problemas y construyendo sentido de eficacia colectiva, es uno de los retos más urgentes de la gobernanza democrática de la transición ecológica.

| Conclusiones |

Este artículo ha abordado la desinformación climática y la polarización como retos para la gobernanza democrática en la esfera digital, a partir de los datos empíricos de un estudio mixto sobre actitudes y percepciones del cambio climático en España. Las principales conclusiones pueden sintetizarse en cuatro puntos.

En primer lugar, los datos cuantitativos confirman que la creencia en el cambio climático en España está socialmente estructurada por la ideología política, el nivel educativo y el género. La aceptación es mayoritaria pero no universal, y el escepticismo presenta una distribución ideológicamente asimétrica, concentrándose en la derecha del espectro político y en los hombres. Este patrón, coherente con la evidencia internacional (McCright y Dunlap, 2011a; Dunlap et al., 2016), se ha intensificado entre 2018 y 2020, lo que sugiere un proceso de politización creciente de las actitudes climáticas en España.

En segundo lugar, los discursos cualitativos revelan que la desinformación, la fatiga informativa y la ambivalencia de las redes sociales constituyen obstáculos significativos para la construcción de consensos climáticos. Los participantes en los grupos de discusión describen un ecosistema informativo saturado de narrativas contradictorias, donde la sobreexposición a noticias negativas genera desconexión en lugar de movilización. Las redes sociales son percibidas simultáneamente como herramientas de concienciación y como fuentes de confusión, lo que apunta a la necesidad de una regulación del ecosistema informativo digital que preserve su potencial deliberativo sin amplificar sus efectos polarizantes.

En tercer lugar, este artículo contribuye al estado del arte sociológico al proponer un encuadre de la desinformación climática como problema de gobernanza digital, y no meramente como un déficit de alfabetización mediática. La desinformación climática erosiona la confianza institucional, debilita la deliberación pública y compromete la legitimidad de las políticas de transición ecológica, un proceso que amenaza la sostenibilidad del contrato social que fundamenta el Estado de bienestar.

En cuarto lugar, las implicaciones para las políticas públicas son directas. Se requieren estrategias integradas que combinen la regulación de los entornos informativos digitales, exigiendo transparencia algorítmica y mecanismos efectivos contra la desinformación organizada; el fortalecimiento de la educación mediática y científica, particularmente entre los segmentos más vulnerables a la desinformación, como las personas con menor nivel educativo y los hombres de ideología conservadora; y el diseño de políticas climáticas comunicativamente inclusivas, capaces de articular un relato de transición ecológica que no sea percibido como una imposición ideológica sino como un proyecto de bienestar colectivo.

Entre las líneas de investigación futura, sería especialmente relevante desarrollar estudios longitudinales que rastreen la evolución de las actitudes climáticas en tiempo real en relación con eventos informativos específicos, incorporar el análisis de los hábitos de

consumo mediático digital de la población española como variable independiente, y explorar el impacto de eventos climáticos extremos recientes sobre la percepción del riesgo y las actitudes hacia la acción climática. Asimismo, el diseño de encuestas ad hoc que capturen las dimensiones de desinformación, confianza institucional y fatiga informativa de forma sistemática permitiría avanzar hacia una comprensión más precisa de los mecanismos que conectan el ecosistema informativo digital con las actitudes y comportamientos climáticos de la ciudadanía.

| Referencias |

Boykoff, M. T. (2011). *Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on climate change*. Cambridge University Press.

Bruns, A. (2019). *Are filter bubbles real?* Polity Press.

Bush, S. S., & Clayton, A. (2023). Facing Change: Gender and Climate Change Attitudes Worldwide. *American Political Science Review*, 117(2), 591–608. <https://doi.org/10.1017/S0003055422000752>

Callejo, J. (2020). El discurso ausente: el caso del cambio climático. *Papers. Revista de Sociologia*, 106(2), 279–301. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2802>

Center for Countering Digital Hate. (2024). *The new denial: Climate solution misinformation on social media*. <https://counterhate.com/research/the-new-denial-climate-solution-misinformation/>

Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>

Dunlap, R. E., & McCright, A. M. (2011). Climate change denial: Sources, actors, and strategies. En C. Lever-Tracy (Ed.), *Routledge international handbook of climate change and society* (pp. 240–259). Routledge.

Dunlap, R. E., McCright, A. M., & 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), 4–22. <https://doi.org/10.1080/00139157.2016.1208995>

Farrell, J. (2016). Network structure and influence of the climate change counter-movement. *Nature Climate Change*, 6, 370–374. <https://doi.org/10.1038/nclimate2875>

Farrell, J. (2019). The growth of climate change misinformation in US philanthropy: Evidence from natural language processing. *Environmental Research Letters*, 14(3), 034013. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aaf939>

Gough, I. (2017). *Heat, greed and human need: Climate change, capitalism and sustainable wellbeing*. Edward Elgar Publishing.

Gurr, G., Schumann, C., & Metag, J. (2022). Negative effects of long-lasting media attention to public issues on recipients: Conceptualizing issue fatigue. *Studies in Communication Sciences*, 22(2), 385–401. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2022.02.007>

Habermas, J. (2022). Reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145–171. <https://doi.org/10.1177/02632764221112341>

Heras, F., & Meira, P. (2017). Cuando lo importante no es relevante. La sociedad española ante el cambio climático. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 136, 43–53.

Koch, M., & Fritz, M. (2014). Building the eco-social state: Do welfare regimes matter? *Journal of Social Policy*, 43(4), 679–703. <https://doi.org/10.1017/S004727941400035X>

Lázaro, L., González-Enríquez, C., & Francés, G. E. (2019). *Los españoles ante el cambio climático: Apoyo ciudadano a los elementos, instrumentos y procesos de una Ley de Cambio Climático y Transición Energética*. Real Instituto Elcano.

McCright, A. M., & Dunlap, R. E. (2011a). Cool dudes: The denial of climate change among conservative white males in the United States. *Global Environmental Change*, 21(4), 1163–1172. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.06.003>

McCright, A. M., & Dunlap, R. E. (2011b). The politicization of climate change and polarization in the American public's views of global warming, 2001–2010. *The Sociological Quarterly*, 52(2), 155–194. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.2011.01198.x>

Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. PublicAffairs.

Naciones Unidas. (2022). *Sexto Informe de Evaluación del IPCC*. Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático.

Nicolosi, E., Medina, R. M., Brewer, S., Vorkink, M., & Allred, A. (2025). The new denial: Climate solution misinformation on social media. *Global Sustainability*, 8, e31. <https://doi.org/10.1017/sus.2025.10016>

Norgaard, K. M. (2011). *Living in denial: Climate change, emotions, and everyday life*. MIT Press.

Oreskes, N., & Conway, E. M. (2010). *Merchants of doubt: How a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming*. Bloomsbury Press. <https://doi.org/10.1525/auk.2011.128.2.435>

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.

Retamal, M., Rojas, J., & Parra, O. (2011). Percepción al cambio climático y a la gestión del agua: aportes de las estrategias metodológicas cualitativas para su comprensión. *Ambiente & Sociedad*, XIV(1), 175–194. <https://doi.org/10.1590/S1414-753X2011000100010>

Rodon, T. (2024). *¿Las actitudes frente al cambio climático en España varían con la edad?* Observatorio Social, Fundación La Caixa. <https://elobservatoriosocial.fundacionla-caixa.org>

Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv8xnhtd>

Supran, G., & Oreskes, N. (2017). Assessing ExxonMobil's climate change communications (1977–2014). *Environmental Research Letters*, 12(8), 084019. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa815f>

Torre, R. R., & Gallego, J. C. (2022). La preocupación social por el cambio climático en España: una aproximación cualitativa. *Política y Sociedad*, 59(3). <https://doi.org/10.5209/poso.74131>

Treen, K. M., Williams, H. T. P., & O'Neill, S. J. (2020). Online misinformation about climate change. *WIREs Climate Change*, 11(5), e665. <https://doi.org/10.1002/wcc.665>

Valdor, P., Gracia, A., & Quevedo, N. (2020). *Investigación social de la percepción del cambio climático en España*. Red4C: Ciencia Ciudadana y Cambio Climático.

Velasco Gisbert, M. L., Bartolomé Esteban, C., & Suso Araico, A. (2020). *Género y cambio climático: Un diagnóstico de situación*. Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, Ministerio de Igualdad. <https://www.miteco.gob.es/eu/ceneam/recursos/pag-web/genero-cambio-climatico.html>

| Notas biográficas |

Juan Carlos Solano Lucas es Catedrático de Universidad del Departamento de Sociología de la Universidad de Murcia. Es Licenciado por la Universidad Complutense de Madrid, Doctor en Sociología por la Universidad de Murcia. Ha sido director del Departamento de Sociología (2016-2020) de esta misma universidad. Ha sido profesor invitado en las universidades de Salerno, Nova de Lisboa, ISCTE-IUL, Quintana Roo, do Minho, entre otras. Miembro y co-IP del grupo de investigación “Envejecimiento, Bienestar y Vulnerabilidad”. Sus áreas de especialización se centran en el estudio de las desigualdades educativas, las adicciones y su conexión con la estructura social.

Juan Antonio Clemente Soler es Licenciado en Ciencias Políticas y Derecho. Posgrado en Empresa y Doctor en Sociología por la Universidad de Murcia. Decano de la Facultad de Turismo y Profesor Titular en el Departamento de Sociología de la Universidad de Murcia. Su investigación académica se centra en tres grandes bloques:

turismo, diversidad y estudios europeos, con especial énfasis en el turismo accesible y social como modelo inclusivo, el análisis de barreras y normativa del turismo en Europa, y la evaluación de destinos turísticos accesibles en el sur de Europa. Es miembro del grupo de investigación “Envejecimiento, Bienestar y Vulnerabilidad”, en el que participa y dirige proyectos y contratos de investigación de ámbito regional y nacional sobre accesibilidad turística, vulnerabilidad social y políticas públicas de inclusión en el marco europeo.

Renato Sebastián Larrea Pazmiño es Graduado en Sociología y Máster en Sociedad Digital: Investigación y Análisis de las Transformaciones Sociales de la Universidad de Murcia. Actualmente desarrolla su actividad como doctorando de la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Murcia, en el programa Sociedad, Desarrollo y Relaciones Laborales. Su línea de investigación se centra en el impacto de las redes sociales en la socialización adolescente y las adicciones digitales en los jóvenes.