

# 55

# ÁMBITOS REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

N°55  
EDICIÓN INVIERNO  
2022

ISSN: 1139-1979  
E-ISSN: 1988-5733



# ÁMBITOS

**Revista Internacional de Comunicación**

---

Fundada por el Prof. Dr. Ramón Reig en 1998

## **ENFOQUE Y ALCANCE**

El eje temático de la revista es la comunicación y, dentro del amplio concepto de comunicación, el periodismo es un área de especial interés. No obstante, considerando la importancia de la comunicación hoy en día, se aceptan trabajos que den a conocer resultados de investigación científica desde distintas perspectivas, en torno a la comunicación. Se valora la originalidad de los trabajos, se da preferencia a aquellas aportaciones que supongan un avance para el conocimiento.

## **EVALUACIÓN DE ORIGINALES**

Los originales se someten a un doble proceso de revisión. Primero son examinados por los miembros del Consejo de Redacción y después pasan a un proceso de revisión por pares ciegos, con especialistas en el tema que ofrecen ...

## **PERIODICIDAD**

Publicación trimestral que edita cuatro números durante el año: enero, abril, julio y octubre.

## **INDEXACIÓN**

RESCH, MIAR, ErihPlus, Dialnet, ÍndICES CSIC, Latindex, DOAJ, Dulcinea, PKP INDEX, Google Académico y REDIB.

## **DIRECCIÓN DE CONTACTO**

Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla,  
C/ Américo Vespucio S/N, Isla de la Cartuja, 41092 (SEVILLA), España.

# ÁMBITOS

## Revista Internacional de Comunicación

Fundada por el Prof. Dr. Ramón Reig en 1998

### EQUIPO EDITORIAL

#### COMITÉ TÉCNICO

**Presidente y fundador:** Dr. Ramón Reig, Universidad de Sevilla, España.

**Directora:** Dra. Rosalba Mancinas-Chávez, Universidad de Sevilla, España.

**Directora adjunta:** Dra. María Luisa Cárdenas Rica, Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, España.

**Secretario académico:** Juan Carlos Figueroa Benítez, Universidad de Sevilla, España.

**Editora en portugués:** Dra. Julieta Oliveira, Universidad de Sevilla, España.

**Editora en inglés:** Gladys Arlette Corona León, Universidad de Sevilla, España.

**Responsable de difusión:** Mtr. Guillermo Paredes Otero, Universidad de Sevilla, España.

**Colaboradores:** Dra. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (España), Dr. Daniel Rodrigo-Cano, Jair Esquiaqui Buelvas (Colombia), Noelia Ruiz-Alba (España) y Susana Alés Álvarez (México-España), Luisa Aramburú Moncada (Perú) e Itzel Meza Piña (México).

#### CONSEJO ASESOR

Dra. Carmen Marta Lazo, Universidad de Zaragoza, España

Dr. Carlos Elías, Universidad Carlos III, España

Dra. Nereida López Vidales, Universidad de Valladolid, España

Dra. Sara Nuñez de Prado Clavell, Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. Nuria Almirón Roig, Universidad Pompeu Fabra, España

Dr. Manuel Miguel Chaparro Escudero, Universidad de Málaga, España

Dr. Xosé Soengas, Universidad de Santiago de Compostela, España

Dra. Concha Langa Nuño, Universidad de Sevilla, España

Dra. Antonia Isabel Nogales Bocio, Universidad de Zaragoza, España

Dra. Leonarda García Jiménez, Universidad de Murcia, España

Dra. Gema Alcolea Díaz, Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. María José Ufarte, Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. María Luisa Sánchez Calero, Universidad Complutense de Madrid, España.

Dr. Daniel Rodrigo-Cano, Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, España, España

#### COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Dr. José Ignacio Aguaded, Universidad de Huelva, España

Dr. José Ignacio Armentia, Universidad del País Vasco, España

Dr. David Park, Florida International University, Estados Unidos

Dr. Jorge Cortés Montalvo, Universidad Autónoma de Chihuahua, México

Dra. Paulina Beatriz Emanuelli, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Javier Esteinou Madrid, Universidad Autónoma Metropolitana, México

Dr. Francisco Esteve Ramírez, Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Josep Gifreu, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Tim Holmes, Universidad de Cardiff, País de Gales

Dr. Antonio Laguna Platero, Universidad de Castilla y La Mancha, España

Dr. Xosé López García, Universidad de Santiago de Compostela, España

Dr. José Marques de Melo, Cátedra UNESCO en la Universidad Metodista de Sao Paulo, Brasil

Dr. Jesús Martín-Barbero, Fundación Social, Bogotá, Colombia

Dr. José Manuel de Pablos Coello, Universidad de La Laguna, España

Dra. Montserrat Quesada, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Miquel Rodrigo Alsina, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. JürgenWilke, Institut für Publizistik, Universidad de Maguncia, Alemania

Dra. Gloria Olivia Rodríguez Garay, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Martha Patricia Álvarez Chávez, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Angela Do Grossi Carvalho, Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dra. Mirian Tavares, Universidade Do Algarve, Portugal

Dr. Miguel Ángel Sánchez de Armas, Universidad Iberoamericana, México

Dr. Rogério Christofolletti, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Dra. Angela Do Grossi Carvalho, Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dr. César E. Jiménez Yáñez, Universidad Autónoma de Baja California, México

#### CONSEJO DE REVISORES

NUESTROS REVISORES

[https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/consejo\\_internacional\\_revisores](https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/consejo_internacional_revisores)

#### EDITA

Grupo de Investigación: Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Universidad de Sevilla, España.

Dirección: Facultad de Comunicación. Calle Américo Vespucio, s/n. Parque Científico y Tecnológico Cartuja 93. 41092 Sevilla.

Teléfono: +34 954 559 622, Fax: +34 954 559 623. E-mail: [ambitoscomunicacion@us.es](mailto:ambitoscomunicacion@us.es) Web: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>

© 2021 Los autores

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional



# ÍNDICE

## Presentación del Monográfico

Jose A. Moreno / Nuria Almiron

6-7

## ÁMBITOS PERSONALES *PERSONAL ÁMBITOS*

---

### Más allá del negacionismo del cambio climático. Retos conceptuales al comunicar la obstrucción de la acción climática

*Beyond climate change denialism. Conceptual challenges in communicating climate action obstruction*

Dra. Núria Almiron / Jose A. Moreno

9-23

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.01>

## MONOGRÁFICO *MONOGRAPHIC*

---

### Obstrucción de la acción climática en la extrema derecha española: La enmienda de Vox a la Ley de Cambio Climático y su representación en prensa

*Climate action obstruction in the Spanish far right: The Vox's amendment to the Climate Change Law and its press representation*

Jose A. Moreno / Gina Thornton

25-40

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.02>

### Androcentrism and conservatism within climate obstructionism. The case of the think tank CLINTEL in The Netherlands

*Androcentrismo y conservadurismo en el obstruccionismo climático. El caso del think tank CLINTEL en los Países Bajos*

Mayte Moreno-Soldevila

41-57

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.03>

### La trampa de la incidencia: el caso del activismo juvenil ecologista en Catalunya

*The Advocacy Trap: the case of youth ecologist activism in Catalunya*

Ariadna Romans i Torrent

58-72

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.04>

### Local climate change reporting in coastal cities: Selsey (UK), Santos (Brazil) and Broward County (USA)

*Cobertura mediática local del cambio climático en ciudades costeras: Selsey (Reino Unido), Santos (Brasil) y Broward County (EEUU)*

Eduardo Prado Gutiérrez

73-96

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.05>

**Las lenguas minoritarias en la Sociedad de la Información. Cartografía, revitalización y aprendizaje del aragonés en entornos virtuales**

*Minority languages in the Information Society. Cartography, revitalization and learning of Aragonese on virtual environments*

**Dr. David García-Marín / Alejandro Ibáñez-Alcázar**

**98-113**

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.06>

**“Quiero ser mi propio jefe”: la crítica de la autonomía en *Sorry We Missed You* de Ken Loach**

*“I Want to Be My Own Boss”: The Critique of Autonomy in Sorry We Missed You by Ken Loach*

**Dr. Alfonso A. Gracia Gómez**

**114-130**

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.07>

**La privacidad, un desafío para periodistas y comunicadores. Análisis de la privacidad en los estudios universitarios de comunicación de Europa y Estados Unidos**

*Privacy, a challenge for journalists and communicators Analysis of privacy in university communication studies of Europe and the United States*

**Dra. Laura Cervi / Dr. Carles Marín-Lladó**

**131-147**

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.08>

**Novos discursos na publicidade de cerveja na Espanha: estudo semiótico**

*New speeches in beer advertising in Spain: semiotic study*

**Dra. Patricia Margarida Farias Coelho / Dra. Irene García Medina / Dra. Alzira Lobo de Arruda Campos**

**148-162**

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.09>

**Retrato del individuo posmoderno en el cine de Yorgos Lanthimos**

*The post-modern individual in Yorgos Lanthimos' cinema*

**Mikel Peña Sarrionandia**

**163-180**

<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.10>

# PRESENTACIÓN DEL MONOGRÁFICO

## Lobby por la (in)acción:

### Emergencia climática, grupos de interés y negacionismo

A pesar de la emergencia que supone la crisis climática, el ser humano sigue sin actuar con la urgencia que exigen los acontecimientos. La inacción climática (es decir, la ausencia de una reacción efectiva para mitigar o dejar de contribuir al calentamiento global) es una realidad recurrente, histórica y muy presente. No estamos ni cerca de cumplir el Acuerdo de París. Según algunas medidas, el Acuerdo de París podría juzgarse como un fracaso: las emisiones de hecho aumentaron en 2019 en comparación con cuando se firmó el acuerdo en 2015. Y aunque la pandemia mundial de 2020 produjo una caída relevante de la emisión de gases de efecto invernadero debido a las restricciones por coronavirus, los datos también revelaron una verdad incómoda: incluso cuando el transporte y el comercio se reducen drásticamente, la mayoría de las emisiones permanecen intactas. Es necesario un cambio sistémico.

Sabemos que el principal obstáculo para actuar en cuestiones medioambientales es una combinación de intereses creados (políticos y económicos) y la reticencia humana a cambiar de hábitos. Los obstáculos para abordar la contaminación de la Tierra por parte de los seres humanos han tenido tanto éxito que ha surgido una retórica de adaptación que sustituye a la de mitigación. Mientras que la mitigación aborda las causas fundamentales del cambio climático, centrándose en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y deteniendo la destrucción de los almacenes de carbono (como las selvas tropicales), la adaptación se limita a reducir los riesgos que suponen las consecuencias de los cambios climáticos, sin abordar las causas del problema. En general, el fracaso de la retórica de la mitigación y el auge de la opción adaptativa representan un gran éxito no en las esferas de la ciencia, la política o la economía, sino en la de la comunicación estratégica y las relaciones públicas, donde los grupos de interés desempeñan o intentan desempeñar un papel importante.

La coalición discursiva formada en Estados Unidos por los grupos de interés que promueven la inacción climática ha dado forma a un contramovimiento climático en el que los *think tanks* neoliberales han desempeñado un papel esencial en la difusión de las ideas negacionistas en ese país. Sin embargo, los grupos de presión formados por grandes empresas de diversos sectores contaminantes han invertido muchos recursos en socavar las políticas climáticas en todo el mundo. Al intentar comprender estas acciones obstruccionistas, es importante considerar el negacionismo en su complejidad: no solo el rechazo de los hechos del cambio climático o de sus consecuencias, sino también la negación de las implicaciones de estos hechos y consecuencias, sobre todo la necesidad de cambiar radicalmente nuestra forma de vivir, incluyendo no sólo cómo viajamos, sino también y de forma destacada lo que comemos, cómo trabajamos, cómo habitamos el planeta y cómo pasamos nuestro tiempo de ocio. Esta perspectiva permite un análisis más amplio de las ideologías que están en la base de la inacción climática, como el neoliberalismo, el antropocentrismo, el especismo y el patriarcado.

Este número especial surge de la conferencia virtual del mismo título “Lobbying for (in)action: Climate Emergency, Interest Groups and Denial”, organizada por el proyecto de investigación THINKClima<sup>1</sup> de la Universitat Pompeu Fabra. El enfoque de este monográfico y los temas que tienen cabida en él son los mismos que en la conferencia de THINKClima, sirviendo este número especial

---

<sup>1</sup> Financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), con referencia CSO2016-78421-R. Más información en <https://www.upf.edu/web/thinkclima/>

como plataforma para la publicación de los trabajos presentados en este evento. A continuación, introducimos brevemente la temática de cada uno de los artículos.

El monográfico comienza con un ensayo titulado “Beyond climate change denialism. Conceptual challenges in communicating climate action obstruction” y firmado por Núria Almiron y Jose A. Moreno, coordinadores del monográfico. El texto, que se encuentra en la sección Ámbitos Personales, propone una reflexión sobre el uso del término *negacionismo* y las implicaciones comunicativas que conciernen al uso de esta palabra. Otras denominaciones como *obstruccionismo*, *oposición* o *retardismo* son discutidas como alternativas a la proliferación del término *negacionismo*.

El artículo “Climate action obstruction in the Spanish far right: The Vox's amendment to the Climate Change Law and its press representation”, por su parte, expone un análisis de los encuadres contrarios a la acción climática mostrados por el partido Vox en una enmienda a la Ley de Cambio Climático. Firmado por Jose A. Moreno y Gina Thornton, el texto aporta también un análisis crítico del discurso sobre la recepción periodística de esta enmienda en España.

Mayte Moreno-Soldevila, en su artículo “Androcentrism, xenoscepticism and conservatism within climate obstructionism. The case of the think tank CLINTEL in The Netherlands”, toma como caso de estudio el think tank contrario a la acción climática CLINTEL. Esta organización, de reciente creación, ha conseguido movilizar discursos contra la emergencia climática y supone un esfuerzo más del contramovimiento climático por socavar las políticas de mitigación. Destaca en el texto su enfoque de género, de especial relevancia dada la vinculación entre ciertos tipos de masculinidad y la inacción climática.

En “La trampa de la incidencia: el caso del activismo juvenil ecologista en Catalunya”, Ariadna Romans i Torrens introduce el concepto de *trampa de la incidencia* para describir las trabas que limitan el activismo ecologista. Para ello, realiza entrevistas semiestructuradas a jóvenes ecologistas en el ámbito de Catalunya que arrojan luz sobre las consecuencias emocionales de la labor activista. El texto hace énfasis en la frustración que implica la falta de atención o la incorrecta interpretación las demandas activistas por parte de las instituciones.

Por último, Eduardo Prado Gutierrez analiza en “Local climate change reporting in coastal cities: Selsey (UK), Santos (Brazil) and Broward County (USA)” la cobertura local sobre cambio climático en diferentes ciudades costeras vulnerables a los impactos del cambio climático. El autor examina en los periódicos escogidos las temáticas que predominan, incluyendo la aparición de elementos contrarios a la acción climática.

Os presentamos este monográfico con la ilusión de contribuir a una línea de estudio tan necesaria dada la crisis climática que vivimos. Esperamos que el monográfico sea de interés para la comunidad de *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*.

Jose A. Moreno (Universitat Pompeu Fabra)

Núria Almiron (Universitat Pompeu Fabra)

*Coordinadores del monográfico*

# ÁMBITOS PERSONALES

*PERSONAL ÁMBITOS*



## Más allá del negacionismo del cambio climático. Retos conceptuales al comunicar la obstrucción de la acción climática

### *Beyond climate change denialism. Conceptual challenges in communicating climate action obstruction*

**Dra. Núria Almiron**

Universitat Pompeu Fabra | Roc Boronat, 138, 08018 Barcelona | España | <https://orcid.org/0000-0002-2482-0666> | [nuria.almiron@upf.edu](mailto:nuria.almiron@upf.edu)

**Jose A. Moreno**

Universitat Pompeu Fabra | Roc Boronat, 138, 08018 Barcelona | España | <https://orcid.org/0000-0003-3781-5644> | [joseantonio.moreno@upf.edu](mailto:joseantonio.moreno@upf.edu)

#### Resumen

El cambio climático ha sido objeto de estudio frecuente desde distintos ámbitos de las ciencias sociales en las últimas décadas, también desde la comunicación. Gracias a ello, se ha generado una cada vez más abundante evidencia de la realidad compleja que se esconde tras la inacción política al respecto. Sin embargo, a la hora de comunicar esta realidad, los medios de comunicación, y una parte de la academia, han tendido a simplificar esta complejidad poniendo el foco en el contramovimiento climático y el negacionismo literal del fenómeno. Este contramovimiento ha sido abundantemente estudiado en los Estados Unidos, lo que ha puesto en evidencia la existencia de un negacionismo del cambio climático antropogénico muy influyente en ese país. Pero la investigación académica ha hecho también evidente que la inacción política al respecto del clima no puede explicarse solo con el concepto de negacionismo; ni en los Estados Unidos, ni mucho menos en Europa. En este artículo problematizamos el uso del concepto *negacionismo* en su uso indiscriminado actual y sugerimos incorporar un marco conceptual y de análisis más sofisticado, que aporte más matices y se alinee

#### Abstract

*Climate change has been the subject of much research in various fields of the social sciences in recent decades, including that of communication. As a result, much evidence has been accumulated on the complex reality behind political inaction in this regard. However, when it comes to communicating this reality, the media, and part of academia, have tended to simplify this complexity by focusing on the climate countermovement and literal denialism of the phenomenon. This countermovement has been extensively studied in the United States, revealing the existence of a highly influential anthropogenic climate change denialism in that country. However, academic research has also shown that political inaction on the climate cannot be explained by denialism alone; not in the United States, and much less in Europe. In this article, we question the current indiscriminate use of the concept of denialism and suggest the incorporation of a more sophisticated conceptual and analytical framework that provides more nuance and aligns with the evidence emerging from academic research. It is a matter not only of critically communicating the reality of political inaction with regard to the climate, but also of*

con las evidencias de la investigación académica. Se trata no solo de comunicar de forma crítica la realidad de la inacción política con respecto al clima sino de hacerlo también identificando todo el espectro real de responsabilidades, que no se reducen a negar o no negar el cambio climático.

*identifying the entire spectrum of responsibilities, which are not limited to simply denying or not denying climate change.*

**Palabras clave:** cambio climático, negacionismo, inacción, obstruccionismo, contrarianismo. **Keywords:** *climate change, denialism, inaction, obstructionism, contrarianism.*

## 1. INTRODUCCIÓN

El término *negacionismo*, un concepto con una enorme carga ideológica, se ha incorporado al vocabulario habitual de los medios de comunicación, las redes sociales y el debate público. La crisis del COVID-19 ha contribuido a ello, pero el término se ha venido aplicando a otras cuestiones de forma frecuente desde hace tiempo, entre ellas el cambio climático. Cuando en 2017 iniciamos el proyecto de investigación THINKClima<sup>1</sup>, lo titulamos “Cambio climático, negacionismo y comunicación de influencia. Discurso y estrategias de los think tanks en Europa”. Tras el bagaje de cinco años de trabajo, nuestra visión del negacionismo se ha transformado: nuestros resultados indican que generalizar la oposición a la lucha climática utilizando el término *negacionismo* es un error que trivializa un asunto muy delicado, el propio negacionismo, y conduce a engaño sobre el reparto real de responsabilidades en la crisis climática.

En este artículo defendemos que es necesario evitar un uso indiscriminado del término *negacionismo* al comunicar sobre la crisis climática. Basamos nuestra argumentación en que esta denominación impide identificar correctamente las causas de la inacción frente a la crisis climática debido a su carácter reduccionista. De hecho, esta etiqueta puede resultar en sí misma una ocultación de los problemas que explican la inacción climática. El campo académico que estudia la inacción política con respecto al calentamiento global ha estado evolucionando hacia otras denominaciones que describen mejor la realidad. Por este motivo, la investigación académica ha abandonado progresivamente el término *negacionismo* como categoría marco de la oposición a la lucha climática, para incorporar otras visiones, más precisas, que recogen las particularidades de las trabas interpuestas a la lucha climática. Estas nuevas denominaciones implican nuevos marcos conceptuales que incluyen, por ejemplo, el retardismo (*delay*), el contrarianismo (*contrarianism*) o el obstruccionismo (*obstructionism*).

En este artículo problematizamos el uso del concepto *negacionismo*, en su uso indiscriminado actual, y sugerimos incorporar un marco conceptual y de análisis más sofisticado, que aporte más matices y se alinee con las evidencias de la investigación académica. Se trata no solo de comunicar de forma crítica la realidad de la inacción política con respecto al medioambiente y el calentamiento global sino de hacerlo también identificando todo el espectro real de responsabilidades, que no se reducen a negar o no negar el cambio climático.

---

<sup>1</sup> Proyecto perteneciente al Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad (CSO2016-78421-R). Más información en [www.upf.edu/web/thinkclima](http://www.upf.edu/web/thinkclima)

Reconocemos la dificultad de nuestra propuesta. El término *negacionismo* es sencillo y atractivo; esto es, permite titulares y enfoques llamativos y tranquilizadores (la culpa recae en los *negacionistas*). Sin embargo, la comunicación de las crisis no debe ser solo crítica sino también honesta, evitando reduccionismos (por ejemplo, que polaricen u oculten a parte de los responsables) e interpretaciones interesadas (que por ejemplo achaquen toda la responsabilidad a un grupo concreto de actores, como en este caso a la derecha conservadora).

## 2. MARCOS CONCEPTUALES MÁS ALLÁ DEL NEGACIONISMO

El término *negacionismo* se ha utilizado comunicativamente como concepto paraguas para referirse a multitud de posiciones distintas no alineadas con la lucha contra el cambio climático. Sin embargo, no todos los no alineados con la lucha contra el cambio climático responden efectivamente a la definición de *negacionistas*, un concepto con un bagaje ideológico considerable, como decíamos. Esto es así porque el origen del término está, como no escapa a nadie, históricamente asociado a la negación del Holocausto judío durante la Alemania nazi. Por este motivo, muchas definiciones institucionales del término lo vinculan al revisionismo histórico y al derecho internacional. De hecho, en el Diccionario Panhispánico de Dudas puede leerse como definición de negacionismo: “Delito de odio que comete quien niegue públicamente un delito de genocidio, de lesa humanidad o contra las personas y bienes protegidos en caso de conflicto armado”. El término merece pues una aplicación ajustada y ha sido por ello abiertamente problematizado por diversos autores antes de este artículo con respecto a su uso en el ámbito de la lucha climática (por ejemplo Jacques, 2012; O’Neill y Boykoff, 2010). Sin embargo, no ha sido hasta hoy analizado en profundidad como proponemos aquí.

El uso indiscriminado de *negacionismo* no es solo un problema de precisión histórico-semántica. Su aplicación produce una división que, como veremos a continuación, es falaz, pues no existe algo así como dos bandos en la inacción climática (el negacionista y el no negacionista) sino un conglomerado de actores entre los que algunos niegan, bastantes más obstruyen y una enorme mayoría no colabora o boicotea la acción climática inconscientemente. En realidad, la etiqueta *negacionismo* acaba sirviendo para ocultar la responsabilidad que tienen los no negacionistas.

Pese a estos problemas, esta es la denominación que aparece con más frecuencia en medios de comunicación y en el debate público para hacer referencia a quienes se oponen a la acción climática, que son por lo general calificados de “negacionistas del cambio climático” (o incluso de “negacionistas climáticos”, que supondría que niegan el clima, lo cual evidentemente no hace nadie). Con esta y otras aplicaciones que trivializan el concepto, vemos como *negacionismo* se utiliza como un contenedor que irreflexivamente se aplica a los disidentes en cualquier problema complejo. En el caso del cambio climático, en castellano se confunde además negacionismo (ideología, *denialism*) con negación (actitud, *denial*) —esta última un estado mental que no solo subyace en el negacionismo explícito, sino que también se encuentra entre los que no niegan el cambio climático literal pero sí sus implicaciones—.

Sobre la negación como actitud han teorizado distintos investigadores. Entre ellos, de forma destacada, el sociólogo Stanley Cohen (2001) identificó tres estados de negación común entre las personas que experimentan eventos que causan sufrimiento: el literal, el interpretativo y el implicatorio. La clasificación de Cohen es de enorme utilidad para entender el fenómeno de la inacción climática. Aplicada a ella, la negación literal supone el rechazo a reconocer los hechos o la evidencia del calentamiento global. La negación interpretativa, en cambio, no niega los hechos que ocurren, pero les otorga un significado distinto a lo que para otras personas sería evidente —por ejemplo, no interpretar el calentamiento global actual como causado por el ser humano—. La negación implicatoria, por último, sí que asume la evidencia sobre el problema ante el que se encuentra, sin embargo, niega “las implicaciones psicológicas, morales o políticas” necesarias para reducir las emisiones de gases contaminantes (Cohen 2001, 8). Las dos primeras tipologías, implicación e interpretación, pueden llevar a construir la ideología del negacionismo del cambio climático, y han sido estudiadas ampliamente en los Estados Unidos con respecto a la oposición a la acción climática: hay personas y organizaciones que efectivamente niegan la evidencia del calentamiento global, y algunas más que niegan su carácter antropogénico, y que han incorporado este estado de negación a su ideario político. Sin embargo, estos dos estados de negación no implican siempre posicionamientos negacionistas: por ejemplo, se puede negar la severidad del problema, sin negar el problema en su conjunto, o se puede negar, como sucede a menudo, que podamos solventarlo. Etiquetar como *negacionistas* estas últimas dos posturas, por ejemplo, es maniqueo y produce confusión. Del mismo modo, tampoco implica negacionismo en la mayoría de casos el tercer estado de negación, la negación implicatoria, que de hecho es común entre las personas y organizaciones que reconocen y se preocupan por el cambio climático antropogénico —pero se niegan a aceptar el cambio de hábitos que ello supone—. Por ello, confundir la negación con el negacionismo es un reduccionismo que nos impide entender la complejidad real tras la inacción climática.

En concreto, sostenemos aquí que la utilización del término *negacionismo* para hacer referencia a aquellos actores que boicotean o que no secundan la acción climática no es adecuada como concepto paraguas por tres motivos: en primer lugar, porque la mayoría de los disidentes climáticos no niegan la ciencia climática, sino que se oponen a la adopción de políticas climáticas; en segundo lugar, porque genera una polarización que intoxica el debate público y no refleja realmente la composición del contramovimiento climático, y, finalmente, y vinculado a lo anterior, porque el término *negacionismo* invisibiliza a los que contribuyen a la inacción climática sin ser negacionistas —y con ello invisibiliza a la base ideológica que los sustenta—.

## **2.1. El obstruccionismo (negacionista o no) es la realidad dominante**

Tanto en los Estados Unidos como en Europa está claro que la tipología de los argumentos de las personas y grupos que disienten del activismo climático es mucho más amplia que lo que el término *negacionista* implica. Los negacionistas sin duda existen —aquellas personas que niegan la existencia o el consenso científico sobre el calentamiento global antropogénico—, pero no representan ni mucho menos todas las posturas en oposición. El análisis del ideario utilizado tanto en los Estados Unidos como en Europa muestra que los argumentos

estrictamente negacionistas no son los que predominan en las narrativas contrarias a la acción climática (Almiron *et al.*, 2020; Coan *et al.*, 2021). Históricamente, desde que aparece la disidencia climática, los argumentos más utilizados son principalmente los relacionados con las soluciones políticas y el intento de desprestigio de los activistas climáticos.

En realidad, los datos históricos muestran que la enorme mayoría de los disidentes climáticos no niegan el calentamiento global, sino que esencialmente se oponen a las políticas que pretenden atajar el problema. Los motivos esgrimidos para esta oposición son sobre todo de ausencia de eficacia o incluso de prioridad —porque tenemos otros problemas más acuciantes o porque las políticas no pueden arreglar el problema, o incluso pueden empeorarlo, y además perjudican a la economía—. Obviamente, la causa subyacente a esta oposición es simplemente el intentar seguir con el *business as usual*, para que todo siga igual en aquellos negocios que implican más impacto medioambiental.

En general, lo que las investigaciones han desvelado es que hay algunos negacionistas de la crisis climática antropogénica, pero, sobre todo y eminentemente, hay obstruccionismo político. Por este motivo, los investigadores anglosajones han sido tan prolíficos en las etiquetas utilizadas, que han incluido hablar de negación que muchas veces se traduce como negacionismo—“maquinaria negacionista” (*denial machine*), el conjunto de actores que buscan poner en duda el consenso climático y atacan la ciencia climática (Dunlap y McCright, 2011)—, pero también, por ejemplo, de:

- escepticismo (*skeptics*), aquellos que dudan de la ciencia climática atribuyéndose un posicionamiento pseudocientífico (p.ej., Dunlap, 2013; Lahsen, 2013)
- contramovimiento (*countermovement*), término que define a aquellos actores que trabajan en armonía, pero sin necesaria coordinación para socavar la ciencia y las políticas climáticas (p.ej., Dunlap y McCright, 2015; McKie, 2017)
- contrarianismo (*contrarians*), utilizado para definir a aquellos que se oponen a la acción climática (p.ej., Boykoff, 2016; McCright, 2007)
- retardismo (*delayers*), cuyos discursos ponen en duda las medidas para frenar el cambio climático y promueven la inacción (Lamb *et al.*, 2020), o, más recientemente
- obstruccionismo (*obstructionism*), término que describe a quienes de algún modo boicotean u obstruyen la acción política para reducir emisiones y contaminación en general (p.ej., CSSN, 2021; McKie, 2021).

Cada denominación refleja distintos matices, pero en nuestra opinión es la última, obstruccionismo, la que incorpora una posición mayoritariamente compartida por todos estos actores. Los obstruccionistas están unidos por el hecho de percibir como una amenaza cualquier alteración del statu quo que se oponga a sus intereses. Los vínculos con la derecha conservadora, el libertarismo y el neoliberalismo del contramovimiento climático en Estados Unidos y en Europa (Brulle, 2014; Jacques *et al.*, 2008; Jylhä y Hellmer, 2020; McCright y Dunlap, 2010, 2011) lo señalan: no es el negacionismo lo que une a quienes se oponen a la acción climática, sino la defensa del capitalismo financiero, oligárquico y patriarcal. Es cierto que algunos son negacionistas, pero muchos otros son escépticos o simplemente van a la contra, mientras que prácticamente todos son defensores del statu quo económico y obstruyen las políticas climáticas.

Así, el estudio académico de la disidencia en lo relativo al cambio climático ha dejado de estar centrado en el negacionismo para poner el foco en el obstruccionismo. El obstruccionismo es tanto una narrativa como una estrategia. En los dos casos el objetivo es el mismo: retrasar las políticas que pretenden reducir las emisiones de gases efecto invernadero o la contaminación en general por ser vistas como una amenaza a los negocios. La Climate Social Science Network define los esfuerzos obstruccionistas con estas tres acciones (CSSN, 2021):

- 1) Mantener o transformar la agenda pública para que se acepte la interpretación deseada como el sentido común en la cuestión, y garantizar que la opinión pública no apoya la acción climática.
- 2) Influir en la agenda mediática para promocionar perspectivas concretas que arrojen dudas sobre las acciones que pretenden abordar el cambio climático.
- 3) Influir en el proceso político para que se promuevan las políticas que no apoyan la acción climática.

Esta estrategia incluye argumentos retardistas como que no es posible mitigar el cambio climático y hemos de rendirnos; que las responsabilidades pertenecen a otros, que son quienes tienen que actuar primero; que no hace falta aplicar cambios profundos para combatir el cambio climático, o que los cambios y medidas necesarios tienen muchas desventajas (Lamb *et al.*, 2020). Este tipo de argumentos, mucho más pragmáticos y menos hostiles a la evidencia científica, están más extendidos de lo que parece en el ámbito empresarial y económico, y ejercen gran influencia en el ámbito político —como muestra, basta ver cómo la retórica de la adaptación a los escenarios climáticos que se dan por inevitables ha sustituido ya a la lucha por la mitigación de las emisiones de efecto invernadero en escenarios como las cumbres climáticas organizadas por Naciones Unidas—.

En el ámbito empresarial, el obstruccionismo a la acción climática se lleva a cabo de forma mucho más contundente en la sombra, a través de corporaciones que han incorporado la retórica del activismo climático en su discurso público pero que en la práctica —en los corredores del poder— hacen lobby en contra de las políticas pro-ambientales. Esta dinámica lógicamente requiere de grandes dosis de relaciones públicas, para que la contradicción entre el discurso público y la acción en la sombra no se hagan evidentes. Es lo que se ha venido en llamar *greenwashing* —esto es, la utilización de estrategias de marketing verde para dar una imagen positiva y ambientalista que oculta una mala praxis con respecto a problemas medioambientales (de Freitas Netto *et al.*, 2020)—. De entre los actores corporativos más obstruccionistas, que no negacionistas, destacan algunas industrias, principalmente de los sectores energético, del transporte y agrícola-alimentario, cuyos lobbies se han dedicado a retrasar tanto como han podido la acción climática.

Un caso ampliamente estudiado en los EE.UU. es el de la compañía Exxon, cuya estrategia de relaciones públicas ha estado destinada a difundir ideas negacionistas del cambio climático a través de think tanks y grupos de presión (Oreskes y Conway, 2018) y a través de campañas en medios de comunicación (Supran y Oreskes, 2017). De hecho, un análisis sobre la comunicación de esta compañía revela que su objetivo ha sido restar gravedad a la emergencia climática y culpar a los consumidores para así ocultar la responsabilidad que tiene la propia

empresa (Supran y Oreskes, 2021). Dinámicas similares ocurren en contextos como el español, donde las empresas energéticas que se encuentran entre las que más gases de efecto invernadero emiten patrocinaron la COP25 Madrid-Chile y diversos contenidos en prensa para reverdecer su imagen durante la cumbre (Moreno y Ruiz-Alba, 2021).

Estas estrategias no se limitan al sector energético. Por ejemplo, para el caso del lobby de la carne en la Unión Europea es posible trazar una estrategia que replica las tácticas del obstruccionismo climático clásico: diseminar información que ponga en duda el consenso existente sobre el carácter contaminante de la producción de carne y convencer a los políticos que la tecnología (no un cambio de dieta) es la solución (Almiron, 2020). El lobby de la carne también se inserta en coaliciones discursivas contra la adopción de políticas climáticas (Almiron y Moreno, 2021), esto es, grupos que impulsan una cierta narrativa aunque no estén necesariamente coordinados, como ocurre con otros sectores en el seno del contramovimiento climático. En concreto, una de las estrategias con las que el lobby de la carne ha conseguido retrasar las decisiones políticas al respecto de las emisiones de la industria agrícola y alimentaria basada en animales ha sido reenfocando la discusión en aspectos que demoran indefinidamente las decisiones—por ejemplo, discutiendo y rediscutiendo cómo deben medirse las emisiones—. Con acciones de este tipo, este lobby, junto a los lobbies energético y del transporte y otros, han obstruido sistemáticamente la acción política climática, retrasando cualquier cambio relevante. Públicamente, todas estas industrias muestran preocupación y conciencia medioambiental (*greenwashing*), pero al mismo tiempo dedican ingentes cantidades de dinero y esfuerzos en hacer lobby para obstaculizar las políticas climáticas eficaces, que son vistas como una amenaza para sus negocios. Esta realidad, este obstruccionismo, no la influencia de los negacionistas que rechazan radicalmente el cambio climático antropogénico, es lo que ha impedido que en Europa se avance en materia de política medioambiental de forma eficaz, a pesar de ser una de las regiones del planeta donde sus habitantes están más concienciados en el tema según el Eurobarómetro (European Parliament, 2017).

## **2.2. La polarización “negacionistas vs no negacionistas” es reduccionista (y engañosa)**

En los Estados Unidos el debate sobre el cambio climático ha estado tremendamente polarizado desde sus inicios (Rekker, 2021). Esta polarización estadounidense a menudo ha sido interpretada desde fuera con una mirada reduccionista, como si significara que la mitad de la población es negacionista mientras la otra mitad no lo es, y quedaría así exonerada de toda culpa en la inacción climática. Tal polarización no existe en Europa, donde la inmensa mayoría de la población se alinea con el consenso científico sobre el clima y donde, sin embargo, las políticas medioambientales necesarias para reducir emisiones contaminantes tampoco se implementan.

En este contexto, el uso del término *negacionista* no es simplemente una inexacta generalización aplicada al contramovimiento climático, sino también una estrategia retórica maniquea que abona esa falsa polarización del debate climático distinguiendo entre malos (negacionistas) y buenos (no negacionistas). Esto permite criminalizar a los primeros y exculpar a los segundos, cuando la realidad es que en el segundo grupo hay tantos o más obstruccionistas (aunque no sean negacionistas de las bases científicas del cambio climático).

Los investigadores estadounidenses hace tiempo que se percataron de ello alertando que la disidencia a la lucha climática está formada por un grupo de actores mucho más amplio que la órbita de think tanks financiada por la industria petrolera (p.ej., CSSN, 2021; Dunlap y McCright, 2015). Además de estos, en Estados Unidos el contramovimiento incluye también a corporaciones y asociaciones comerciales, coaliciones y grupos de interés, agencias de relaciones públicas, grupos activistas de falsa bandera, filántropos y fundaciones conservadoras, algunos científicos, medios de comunicación, políticos conservadores y blogueros. En Europa, también hemos podido identificar que los think tanks obstruccionistas no están solos: están al menos conectados con el movimiento neoliberal (p.ej., Almiron *et al.*, 2020), con el contramovimiento estadounidense (p.ej., Huth y Peters, 2020) y con campañas como la del Brexit (Farand *et al.*, 2019), además de contar también con periodistas y blogueros afines. A este respecto, un estudio que realizamos sobre un centenar de los think tanks más importantes de Europa de todas las ideologías ha demostrado que estas organizaciones en Europa han invertido una atención mínima, anecdótica, con poquísimas excepciones, en la importante cuestión de la dieta basada en animales y su impacto en las emisiones de efecto invernadero (Almiron *et al.*, 2021). Todo lo cual pone en evidencia que los que mantienen algún grado de retardismo o de no colaboracionismo son muchos más de lo que hemos venido en llamar negacionistas y asociamos con la derecha ideológica.

Otro aspecto sobre el que cabe reflexionar acerca del maniqueísmo que crea el uso del concepto *negacionista* es la heterogeneidad de los no negacionistas. Entre los no negacionistas no solo se encuentran organizaciones que no dudan de la existencia del cambio climático pero que por interés económico actúan para obstruir la acción climática. También se encuentran en este grupo organizaciones progresistas y la propia ciudadanía. Entre las primeras encontramos, por ejemplo, a las mismas organizaciones ecologistas, que en su lucha climática no han incorporado aspectos como la denuncia contra la dieta basada en animales hasta hace relativamente poco y no de forma unánime (Kramcksak Muñoz, 2021). En lo que respecta a la ciudadanía, si bien en Europa esta es mayoritariamente consciente del problema medioambiental, ello no significa que asuma y acepte los cambios de hábitos que se requieren. Entre los cambios de hábitos con mayor potencial de mitigación están el abandono del coche privado, el rechazo a los viajes en avión, el consumo de energía exclusivamente renovable en el hogar o la adopción de una dieta vegana (Ivanova *et al.*, 2020). Negar el impacto de estas medidas por cuestiones culturales e ideológicas concuerda con la negación implicatoria tal como la describió Stanley Cohen (2013). En general, la ciudadanía europea es consciente del problema climático, no lo niega (European Parliament, 2017), pero sí niega las implicaciones de esos hechos, es decir, los cambios de conducta que han de ser tomados para ser consecuente con la situación de crisis climática. Esta negación busca sostener privilegios que la ciencia ha mostrado como medioambientalmente insostenibles pero que la ciudadanía justifica en base a argumentos comúnmente anclados en la tradición, la cultura o la ideología. En este sentido, la socióloga Kari Marie Norgaard (2011) achaca estas actitudes a la necesidad de mantener cierta “seguridad ontológica” (p. 26), esto es, continuidad con el estilo de vida y la certeza de un futuro estable. Así pues, paradójicamente, una gran parte de la ciudadanía se estaría refugiando también en una narrativa de obstruccionismo y retraso a la acción climática a pesar de su conciencia climática.

### **2.3. La crítica al negacionismo invisibiliza el statu quo antropocéntrico-patriarcal-industrial del obstruccionismo**

El concepto *negacionismo* usado como paraguas ideológico de la inacción climática no es solo una imprecisión reduccionista, es también una forma de invisibilizar el conjunto de ideas y valores antropocéntrico-patriarcales e industrialistas que subyacen en la inacción climática (tanto negacionista como no negacionista).

Hemos visto que en la obstrucción de la acción climática tienen un papel importante los intereses económicos de las industrias implicadas, así como las ideologías que defienden el libre mercado y posiciones materialistas. Esta dinámica está soportada por una cosmovisión antropocéntrica, industrial y patriarcal, un conjunto de creencias interconectadas que definen la cultura y forma de ver el mundo de la sociedad occidental.

Vivimos tiempos de incertidumbre marcados por la insostenibilidad, es decir, la forma en que funciona la sociedad ha de cambiar o colapsará (Garcés, 2017; Taibo, 2011). La noción antropocéntrica de progreso que guía a la humanidad ha estado tradicionalmente centrada en la acumulación de riqueza mediante la explotación de unos recursos naturales finitos y de los animales no humanos (Best, 2014; Hribal, 2014). Los procesos de acumulación que tienen lugar en el sistema económico se sirven del patriarcado para perpetuarse (Mies, 2018). Hay evidencias que vinculan esta noción de progreso con un cierto tipo de masculinidad denominada “industrial” (Hultman y Pulé, 2018), y que puede ser representativa del patriarcado occidental hegemónico. Esta masculinidad emana de las normas sociales relativas a lo que significa ser un hombre, y está profundamente ligada a los ideales de crecimiento industrial, las industrias extractivas y las prácticas dependientes de los combustibles fósiles (Hultman y Pulé, 2018). Diferentes investigaciones señalan que los hombres blancos conservadores occidentales, exponentes de la masculinidad “industrial”, son los más propensos a oponerse a la acción climática o negar el cambio climático (Anshelm y Hultman 2014; McCright y Dunlap 2011; Krange *et al.* 2019). Además, la literatura ha demostrado que un pilar de esta masculinidad hegemónica es la aniquilación de otros animales (Adams, 2010). Diversos estudios han demostrado que los hombres son más propensos a justificar las dietas basadas en animales que las mujeres, debido a una identificación profunda entre la masculinidad y la carne (p.ej., Love y Sulikowski, 2018; Rothgerber, 2013). Incluso en el ámbito de la movilidad hay evidencias que vinculan esta masculinidad con la cultura del coche, siendo los automóviles objetos asociados al poder y la virilidad (Duerringer, 2015; Walker *et al.*, 2000). Así, frenar el calentamiento global es controvertido ya que ataca pilares tan fundamentales para las masculinidades en crisis como lo son la carne, el coche y el crecimiento económico basado en el statu quo. Las políticas climáticas destinadas a promover el decrecimiento, regular la movilidad insostenible o el consumo de productos de origen animal chocan con estos ideales patriarcales, vulnerables ante el ataque a sus elementos identitarios.

Para enfrentar el problema climático —que es en esencia una derivada más del problema de sobrepoblación, sobreexplotación y envenenamiento del medio ambiente por la humanidad—, es necesario transitar hacia otras formas de ver el mundo más éticas, igualitarias y sostenibles, esto es, promoviendo aquellas visiones de cambio sistémico que realmente respondan a la situación de emergencia en que nos encontramos (Fernández-Reyes, 2013). Afirma Sara Ahmed (2019) que “señalar que el superdesarrollo nos está conduciendo a un vaciamiento del

mundo es ser aguafiestas, interponerse en el camino de un disfrute futuro” (p. 357). Así, los movimientos transformadores basados en el decrecimiento, el antiespecismo o el feminismo de los cuidados, entre otros aspectos, no se enfrentan solo al problema climático, sino a toda una cultura y un sistema ideológico que sustenta la insostenible forma de vida occidental. Desde diferentes corrientes de pensamiento surgen propuestas destinadas a promover el cambio cultural que la crisis climática requiere, que consisten en adoptar una mirada antiantropocéntrica (Almiron y Tafalla, 2019; Best, 2014), ecofeminista (Gaard, 2015; Herrero, 2013), interseccional (Hathaway, 2020; Kaijser y Kronsell, 2014) y decrecentista (Keyßer y Lenzen, 2021; Taibo, 2011) sobre la crisis climática.

Reducir la discusión climática a “negacionistas vs no negacionistas” no es pues solo reduccionista y polarizador, es también una forma de invisibilizar este sustrato ideológico que subyace bajo la inacción climática de tantos no negacionistas del cambio climático. Una polarización que oculta en definitiva el papel que tiene el sistema capitalista antropocéntrico, patriarcal y basado en una idea de progreso centrada en el crecimiento industrial-tecnológico ilimitado. Es precisamente invisibilizar a los valores que nos han conducido a la situación actual y que no son solo patrimonio de una “derecha conservadora negacionista”.

### 3. COMUNICAR LA COMPLEJIDAD

Comunicar la complejidad es una tarea difícil (requiere manejar muchas variables) e ingrata (no facilita los titulares u acciones comunicativas simples, que son los que tienen más impacto y por tanto los más deseados). Para George Lakoff (2010, 2014) la dificultad de comunicar la complejidad radica en que los humanos pensamos en encuadres (*frames*), esto es, explicaciones particulares sobre un asunto basadas en un enfoque determinado sobre esa realidad. Pero las cuestiones complejas se resisten a ser tratadas con enfoques únicos, especialmente cuando, como es habitual, tienen causas sistémicas.

Comunicar la complejidad de la inacción climática no escapa a esta lógica, que viene además complicada por las estrategias de relaciones públicas del contramovimiento climático (Almiron y Xifra, 2020) y otros condicionantes estructurales que actúan sobre la labor periodística (Mancinas-Chávez, 2013; Moreno-Cabezudo, 2018). Sin embargo, al tratar de escapar de la simplificación, hay que tener cuidado de no complejizar más la cuestión. Algunas de las soluciones que Lakoff (2014) sugiere por ejemplo para abordar la complejidad del cambio climático —acudir a redes de causas interconectadas, ciclos de retroalimentación o cálculos probabilísticos— pueden llegar a complicar más que aclarar, lo cual paraliza la acción y alimenta el argumento del abandono (si es demasiado complejo, no hay nada que hacer, se tiende a pensar).

No podemos ofrecer aquí recomendaciones específicas para hacer bien esta tarea, para la que por otro lado no existen fórmulas mágicas (ver por ejemplo Boykoff, 2019), pero sí establecer algunas recomendaciones generales con respecto a la cuestión de la terminología para comunicar las causas de la inacción climática. Si nuestro objetivo es implementar una comunicación ética, igualitaria y sostenible al respecto, sugerimos tres reflexiones:

En primer lugar, es importante recordar que el episodio de cambio climático antropogénico actual no es más que la consecuencia de nuestro impacto medioambiental. Un impacto

ambiental que causa enorme sufrimiento a muchos humanos y no humanos, siendo por lo general los más afectados entre los humanos las capas sociales que menos contaminan, las más empobrecidas, mientras que el total de no humanos es inocente de tal contaminación y la sufre por igual. Este recordatorio es relevante porque, desde una mirada ética y pragmática, deberíamos reconocer que no hace falta cambio climático para aceptar que contaminar es incorrecto, con o sin calentamiento global. En la medida en que ponemos esta postura ética en el foco comunicativo, se hace inmediatamente evidente la necesidad de promover la acción efectiva y abandonar la acción dilatoria. Como afirma Fernández-Reyes (2014), debemos dejar de centrar la comunicación en lo “que se dice” y centrarla en lo “que se hace” y “lo que ocurre”. Precisamente lo contrario que pretenden las estrategias de las industrias más contaminantes, exquisitamente pro-medioambiente en público e intensamente obstructivas en lo político en la práctica. Los consensos sobre cuánto se contamina, cómo medir las emisiones, quién contamina más, cómo medir los impactos de la contaminación, etc. —que forman parte de la estrategia de dilación central de las principales industrias obstruccionistas—son una acción de relaciones públicas enmascarada como acción climática. La comunicación de la inacción climática debería tener muy en cuenta no cubrir como acción discursiva lo que solo es acción dilatoria.

En segundo lugar, el marco “negacionistas vs. no negacionistas” es un marco que debe ser abandonado como concepto global para explicar la inacción política. El negacionismo del cambio climático antropogénico existe, de forma substancial, en los Estados Unidos, pero no se trata esta de una posición que represente al conjunto de los actores causantes de la inacción climática ni es mayoritaria en la argumentación utilizada. Centrar la inacción climática en el negacionismo es reduccionista y maniqueo, contribuye a reforzar una falsa realidad que contrapone actores buenos contra actores malos. La inacción climática, en Europa, está principalmente impulsada por actores no negacionistas de la ciencia climática.

Por último, hemos propuesto en este artículo los principales conceptos que informan los diferentes matices de las causas de la inacción climática. Para ello, hemos hecho especial hincapié en el obstruccionismo, que refleja no “lo que dicen” sino “lo que hacen” y “lo que ocurre” de la inmensa mayoría de actores que, al margen de sus ideas, efectivamente se dedican a influir en la agenda pública, el proceso político y la opinión pública para que las acciones necesarias no se lleven a cabo y la ciudadanía apoye el statu quo, o cuanto menos, lo acepte y siga votando a esos mismos partidos políticos que se dejan influir. Términos como *obstruccionismo*, *retardismo*, *oposición* o *contrarianismo* no solo reflejan mejor la complejidad real del problema climático, sino que dejan de desviar la atención hacia un enemigo externo.

## NOTAS

Este trabajo ha sido financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) (CSO2016-78421-R), y por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (FPU18/04207).

## Referencias

- Adams, C. (2010). *The sexual politics of meat. A feminist-vegetarian critical theory*. The Continuum International Publishing Group.
- Ahmed, S. (2019). *La promesa de la felicidad*. Caja Negra.

- Almiron, N. (2020). Meat taboo: Climate change and the EU meat lobby. En J. Hannan (Ed.), *Meatsplaining: The Animal Agriculture Industry and the Rhetoric of Denial* (pp. 163-186). Sidney University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv15tt7dr.11>
- Almiron, N., Boykoff, M., Narberhaus, M., y Heras, F. (2020). Dominant counter-frames in influential climate contrarian European think tanks. *Climatic Change*, 162(4), 2003-2020. <https://doi.org/10.1007/s10584-020-02820-4>
- Almiron, N., y Moreno, J. A. (2021). Think tanks neoliberales y falsos debates: La propuesta del impuesto a la carne para combatir la crisis climática. En D. Rodrigo-Cano, R. Mancinas-Chávez, y R. Fernández-Reyes (Eds.), *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío* (pp. 222-248). Dykinson. <https://bit.ly/3pZrurF>
- Almiron, N., Rodrigo-Alsina, M., y Moreno, J. A. (2021). Manufacturing ignorance: Think tanks, climate change and the animal-based diet. *Environmental Politics*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/09644016.2021.1933842>
- Almiron, N., y Tafalla, M. (2019). Rethinking the Ethical Challenge in the Climate Deadlock: Anthropocentrism, Ideological Denial and Animal Liberation. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 32(2), 255-267. <https://doi.org/10.1007/s10806-019-09772-5>
- Almiron, N., y Xifra, J. (2020). Climate Change Denial and Public Relations. Strategic Communication and Interest Groups in Climate Inaction. En *Climate Change Denial and Public Relations*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351121798>
- Best, S. (2014). Moral Progress and the Struggle for Human Evolution. En *The Politics of Total Liberation. Revolution for the 21st Century* (pp. 87-98). Palgrave Macmillan.
- Boykoff, M. (2016). Consensus and contrarianism on climate change: How the USA case informs dynamics elsewhere. *Mètode Revista de difusió de la investigació*, 6, 89-95. <https://doi.org/10.7203/metode.85.4182>
- Boykoff, M. (2019). *Creative (Climate) Communications: Productive Pathways for Science, Policy and Society* (1.ª ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108164047>
- Brulle, R. J. (2014). Institutionalizing delay: Foundation funding and the creation of U.S. climate change counter-movement organizations. *Climatic Change*, 122(4), 681-694. <https://doi.org/10.1007/s10584-013-1018-7>
- Coan, T., Boussalis, C., Cook, J., y Nanko, M. (2021). *Computer-assisted detection and classification of misinformation about climate change* [Preprint]. SocArXiv. <https://doi.org/10.31235/osf.io/crxfm>
- Cohen, S. (2001). *States of denial: Knowing about atrocities and suffering*. Polity Press.
- CSSN. (2021). *The Structure of Obstruction: Understanding Opposition to Climate Change Action in the United States* (CSSN Primer). Climate Social Sciences Network (CSSN). <https://bit.ly/3GI10I3>
- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., y Soares, G. R. da L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Duerringer, C. (2015). Be a Man—Buy a car! Articulating masculinity with consumerism in «Man’s last stand». *Southern Communication Journal*, 80(2), 137-152. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2015.1017654>
- Dunlap, R. E. (2013). Climate change skepticism and denial. *American Behavioral Scientist*, 57(6), 691-698. <https://doi.org/10.1177/0002764213477097>

- Dunlap, R. E., y McCright, A. M. (2011). Organized climate change denial. En J. S. Dryzek, R. B. Norgaard y D. Schlosberg (Eds.), *The Oxford handbook of climate change* (pp. 144-160). Oxford University Press.
- Dunlap, R. E., y McCright, A. M. (2015). Challenging climate change: The denial countermovement. En R. E. Dunlap y R. Brulle (Eds.), *Climate change and society: Sociological perspectives* (pp. 300-332). Oxford University Press.
- European Parliament. (2017). *Special Eurobarometer 459: Climate change*. Directorate-General for Communication. <https://bit.ly/322VN8h>
- Farand, C., Hope, M., y Collett-White, R. (2019, 7 de junio). Mapped: A who's who of Brexit and climate science denial. *DeSmog*. <https://bit.ly/3m0yCmk>
- Fernández-Reyes, R. (2013). Reflexiones sobre un periodismo en transición. En R. Mancinas-Chávez y R. Fernández-Reyes (Eds.) *Medios de comunicación y cambio climático. Actas de las Jornadas Internacionales*, (pp. 249-272). Fenix Editora. <https://bit.ly/30oOjMv>
- Fernández-Reyes, R. (2014). Infoxicación en la comunicación del cambio climático. Mitigación y adaptación. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 26, 66-76. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2014.i26.07>
- Gaard, G. (2015). Ecofeminism and climate change. *Women's Studies International Forum*, 49, 20-33. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2015.02.004>
- Garcés, M. (2017). *Nova il·lustració radical*. Anagrama.
- Hathaway, J. R. (2020). Climate change, the intersectional imperative, and the opportunity of the Green New Deal. *Environmental Communication*, 14(1), 13-22. <https://doi.org/10.1080/17524032.2019.1629977>
- Herrero, Y. (2013). Miradas ecofeministas para transitar a un mundo justo y sostenible. *Revista de economía crítica*, 16, 278-307.
- Hribal, J. (2014). *Los animales son parte de la clase trabajadora y otros ensayos*. Ochodoscuatro. <https://bit.ly/3EYTDp8>
- Hultman, M., y Pulé, P. M. (2018). *Ecological Masculinities*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315195223>
- Huth, K., y Peters, J. (2020, 4 de febrero). Die Heartland lobby. *Correctiv*. <https://bit.ly/3ypKrHK>
- Ivanova, D., Barrett, J., Wiedenhofer, D., Macura, B., Callaghan, M. W., y Creutzig, F. (2020). Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. *Environmental Research Letters*, 15(9), 093001. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/ab8589>
- Jacques, P. J. (2012). A general theory of climate denial. *Global Environmental Politics*, 12(2), 9-17. [https://doi.org/10.1162/GLEP\\_a\\_00105](https://doi.org/10.1162/GLEP_a_00105)
- Jacques, P. J., Dunlap, R. E., y Freeman, M. (2008). The organisation of denial: Conservative think tanks and environmental scepticism. *Environmental Politics*, 17(3), 349-385. <https://doi.org/10.1080/09644010802055576>
- Jylhä, K. M., y Hellmer, K. (2020). Right-wing populism and climate change denial: The roles of exclusionary and anti-egalitarian preferences, conservative ideology, and antiestablishment attitudes. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 20(1), 315-335. <https://doi.org/10.1111/asap.12203>

- Kaijser, A., y Kronsell, A. (2014). Climate change through the lens of intersectionality. *Environmental Politics*, 23(3), 417-433. <https://doi.org/10.1080/09644016.2013.835203>
- Keyßer, L. T., y Lenzen, M. (2021). 1.5 °C degrowth scenarios suggest the need for new mitigation pathways. *Nature Communications*, 12(1), 2676. <https://doi.org/10.1038/s41467-021-22884-9>
- Kramcksak Muñoz, X. C. (2021). ONGs ecologistas en España. Discurso, negacionismo ideológico y crisis climática. *Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales*, 8(1), 151–183.
- Lahsen, M. (2013). Anatomy of dissent: A cultural analysis of climate skepticism. *American Behavioral Scientist*, 57(6), 732-753. <https://doi.org/10.1177/0002764212469799>
- Lakoff, G. (2010). Why it matters how we frame the environment. *Environmental Communication*, 4(1), 70-81. <https://doi.org/10.1080/17524030903529749>
- Lakoff, G. (2014). *Don't think of an elephant!* (2.ª ed.). Chelsea Green.
- Lamb, W. F., Mattioli, G., Levi, S., Roberts, J. T., Capstick, S., Creutzig, F., Minx, J. C., Müller-Hansen, F., Culhane, T., y Steinberger, J. K. (2020). Discourses of climate delay. *Global Sustainability*, 3, e17. <https://doi.org/10.1017/sus.2020.13>
- Love, H. J., y Sulikowski, D. (2018). Of meat and men: Sex differences in implicit and explicit attitudes toward meat. *Frontiers in Psychology*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00559>
- Mancinas-Chávez, R. (2013). El silencio mediático. Reflexión en torno a las razones de los medios de comunicación para no hablar del cambio climático. En R. Mancinas Chávez y R. Fernández-Reyes (Eds.), *Medios de comunicación y cambio climático* (pp. 233-248). Fénix Editora. <https://bit.ly/3oRjb1M>
- McCright, A. M. (2007). Dealing with climate change contrarians. En S. C. Moser y L. Dilling (Eds.), *Creating a Climate for Change: Communicating Climate Change and Facilitating Social Change* (pp. 200-212). Cambridge University Press.
- McCright, A. M., y Dunlap, R. E. (2010). Anti-reflexivity. The American Conservative Movement's Success in Undermining Climate Science and Policy. *Theory, Culture & Society*, 27(2-3), 100-133. <https://doi.org/10.1177/0263276409356001>
- McCright, A. M., y Dunlap, R. E. (2011). 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>
- McKie, R. E. (2017). *Rebranding the climate change counter movement: A critical examination of counter movement messaging through a criminological and political economic lens* [Tesis doctoral]. <https://dora.dmu.ac.uk/handle/2086/15355>
- McKie, R. E. (2021). Climate change obstruction, criminal negligence and ecological collapse. *The Peace Chronicle. The Magazine of the Peace and Justice Studies Association*. <https://bit.ly/3dVp0ok>
- Mies, M. (2018). *Patriarcado y acumulación a escala mundial*. Traficantes de Sueños.
- Moreno, J. A., y Ruiz-Alba, N. (2021). ¿Periodismo o greenwashing? Patrocinadores de la COP25 Chile-Madrid en la prensa española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 285-300. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.19089>
- Moreno-Cabezudo, J. A. (2018). Estructura informativa y Cambio Climático: El caso de «El País». En R. Fernández-Reyes y D. Rodrigo-Cano (Eds.), *La comunicación de la mitigación y la adaptación al Cambio Climático* (pp. 77-98). Egregius. <https://bit.ly/3pUsc9u>
- Norgaard, K. M. (2011). *Living in denial: Climate change, emotions, and everyday life*. MIT Press.

- O'Neill, S. J., y Boykoff, M. (2010). Climate denial, skeptic, or contrarian? *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(39), E151-E151. <https://doi.org/10.1073/pnas.1010507107>
- Oreskes, N., y Conway, E. M. (2018). *Mercaderes de la duda. Cómo un puñado de científicos ocultaron la verdad sobre el calentamiento global*. Capitán Swing.
- Piltz, R. (2008). The Denial Machine. *Index on Censorship*, 37(4), 72-81. <https://doi.org/10.1080/03064220802561366>
- Rekker, R. (2021). The nature and origins of political polarization over science. *Public Understanding of Science*, 30(4), 352-368. <https://doi.org/10.1177/0963662521989193>
- Rothgerber, H. (2013). Real men don't eat (vegetable) quiche: Masculinity and the justification of meat consumption. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(4), 363-375. <https://doi.org/10.1037/a0030379>
- Supran, G., y 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>
- Supran, G., y Oreskes, N. (2021). Rhetoric and frame analysis of ExxonMobil's climate change communications. *One Earth*, S2590332221002335. <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2021.04.014>
- Taibo, C. (2011). *En defensa del decrecimiento. Sobre capitalismo, crisis y barbarie*. Catarata.
- Walker, L., Butland, D., y Connell, R. (2000). Boys on the road: Masculinities, car culture, and road safety education. *The Journal of Men's Studies*, 8(2), 153-169. <https://doi.org/10.3149/jms.0802.153>

### About the authors

**Núria Almiron** es profesora titular del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, donde forma parte del Critical Communication Research Group (CRITICC). Es directora del proyecto de investigación THINKClima (CSO2016-78421-R), codirectora del Center for Animal Ethics-UPF y directora del Máster en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad de la misma universidad. Su investigación se centra en la comunicación y la economía política en ámbitos como la ética animal y el negacionismo del cambio climático.

**Jose A. Moreno** es investigador predoctoral del programa de doctorado en Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona dentro del Programa de Formación del Profesorado Universitario (FPU) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Miembro del Critical Communication Research Group (CRITICC) y del proyecto de investigación THINKClima (CSO2016-78421-R) en el Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Su línea de investigación se centra en la comunicación sobre el cambio climático y los grupos de interés.

**MONOGRÁFICO**

*MONOGRAPHIC*



## Obstrucción de la acción climática en la extrema derecha española: La enmienda de Vox a la Ley de Cambio Climático y su representación en prensa

*Climate action obstruction in the Spanish far right: The Vox's amendment to the Climate Change Law and its press representation*

**Jose A. Moreno**

Universitat Pompeu Fabra | Roc Boronat, 138, 08018 Barcelona | España | <https://orcid.org/0000-0003-3781-5644> | [joseantonio.moreno@upf.edu](mailto:joseantonio.moreno@upf.edu)

**Gina Thornton**

Independent researcher | Roc Boronat, 138, 08018 Barcelona | España | <https://orcid.org/0000-0002-8333-908X> | [gina.thorn8@gmail.com](mailto:gina.thorn8@gmail.com)

**Fechas | Recepción: 30/09/2021 | Aceptación: 14/12/2021**

### Resumen

Aunque vivimos un momento crucial en el que la ciencia del clima nos insta a tomar medidas contundentes para mitigar el cambio climático, existe un contramovimiento que obstaculiza la adopción de políticas climáticas. En Europa, hay partidos de extrema derecha que se han alineado con el contramovimiento climático. Esta investigación pretende examinar el discurso sobre el cambio climático del partido de extrema derecha español Vox, así como la recepción en la prensa de las ideas del partido sobre el tema. Este trabajo analiza la enmienda a la totalidad del Proyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética (121/00019) presentada por Vox el 17 de junio de 2020 en el Parlamento español. El estudio consiste en un examen de los encuadres contrarios a la acción climática siguiendo la tipología de Almiron et al. (2020). A esta investigación le sigue un análisis crítico del discurso de la cobertura de esta enmienda en la prensa española. Este análisis de prensa permite

### Abstract

*While we live in a crucial time when climate science urges us to take strong action to mitigate climate change, there is a countermovement obstructing the adoption of climate policies. In Europe, there are far right parties that have aligned their positions with the climate countermovement. This research seeks to examine the climate change discourse of the Spanish far-right party Vox, as well as the press reception of the party's ideas on the subject. This paper analyses the amendment to the whole Law Project on Climate Change and Energetic Transition (121/00019) presented by Vox on June 17, 2020, at the Spanish Parliament. The study consists of an examination of the climate action contrarian framings following the typology of Almiron et al. (2020). This enquiry is followed by a critical discourse analysis of the coverage of this amendment in the Spanish press. This press analysis provides an insight into whether journalists received Vox's proposal critically and*

conocer si los periodistas recibieron la propuesta de Vox de forma crítica y se alinearon con el consenso científico, si informaron de forma neutral, o si apoyaron sus ideas. Los resultados incluyen una reproducción de los manidos argumentos negacionistas del cambio climático difundidos por grupos de interés contrarios a la acción climática en Europa y los Estados Unidos. Este trabajo también identifica una reacción crítica de la prensa española a la enmienda de Vox, a pesar de la existencia de algunos textos que informan de forma neutral sobre la propuesta.

**Palabras clave:** cambio climático, crisis climática, obstruccionismo, negacionismo, contramovimiento climático.

*aligned themselves with the scientific consensus, whether they reported it in a neutral way, or whether they supported its ideas. The results include a replication of hackneyed climate change denialist arguments as disseminated by European and North American climate action contrarian stakeholders. This paper also identifies a critical reaction from the Spanish press to this Vox amendment, despite the existence of some texts that report neutrally on the proposal.*

**Keywords:** climate change, climate crisis, obstructionism, denialism, climate countermovement.

## 1. INTRODUCCIÓN

Cada vez tenemos más pruebas de que la actividad humana ya ha tenido un impacto en el clima, produciendo un calentamiento global a un ritmo sin precedentes en los últimos dos milenios (IPCC, 2021). Este cambio climático antropogénico está afectando a la situación meteorológica y, por tanto, produciendo fenómenos climáticos extremos en todo el mundo (IPCC, 2021). Esta circunstancia se agravará si el incremento de las temperaturas respecto a la era preindustrial supera los 1,5°C, como ocurrirá si no se frena la actual trayectoria de las emisiones de efecto invernadero (IPCC, 2021). Pero el cambio climático es un tema politizado, y las políticas climáticas no están a la altura de la emergencia descrita por la ciencia del clima. En este escenario politizado, hay actores que tratan de impulsar la adopción de políticas climáticas eficaces (o movimiento climático), y hay otros que obstruyen esos esfuerzos (contramovimiento climático). En este escenario en el que la ciencia del clima ha aportado abundantes pruebas sobre la base física del cambio climático inducido por el ser humano, las humanidades y las ciencias sociales deben tomar la iniciativa. Por qué la humanidad no está respondiendo adecuadamente a tal amenaza es una cuestión compleja que requiere de todas las disciplinas de las ciencias sociales, para examinar los mecanismos que llevaron a la inacción.

En el contexto español no existe un fuerte contramovimiento climático como el que existe en los EEUU o el Reino Unido. Sin embargo, hay actores relevantes que intentan influir en las políticas climáticas para que no se adopten o, si lo hacen, que sea en una versión suavizada. Uno de estos actores es el partido español de extrema derecha Vox. A pesar de la existencia de investigaciones sobre el discurso y el desarrollo político de este partido, existe un desconocimiento sobre la cuestión específica de su postura ante el cambio climático. El objetivo de este trabajo es llenar este vacío examinando los encuadres contrarios a la acción climática mostrados por el partido en la enmienda a la totalidad del Proyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética (121/00019), presentada por Vox el 17 de junio de 2020 en el Parlamento español. Este análisis se complementa con un análisis crítico del discurso de la representación periodística de esta enmienda de Vox en la prensa española.

## 2. REVISIÓN DE LITERATURA

El contramovimiento climático, a menudo llamado "maquinaria negacionista" (Piltz, 2008), está formado por empresas, coaliciones de opositores, empresas de relaciones públicas, organizaciones de lobby, fundaciones conservadoras, *think tanks*, medios de comunicación, políticos, periodistas y blogueros (CSSN, 2021). Como resume la Climate Social Science Network (2021), esta estructura de oposición tiene tres objetivos principales: influir en la agenda pública para asegurar que la opinión pública no apoye la acción climática; moldear los medios de comunicación para poner en duda las acciones para abordar el cambio climático, e influir en el proceso de elaboración de políticas para obstruir la adopción de políticas climáticas. El abanico de actividades que desarrolla este contramovimiento es amplio y va desde la creación y difusión de conocimientos hasta el lobby más directo.

A pesar de la evidencia científica sobre la crisis climática, el terreno político está polarizado sobre cómo abordarla. Se sabe que en EE.UU. los conservadores han tendido a mostrar más a menudo posturas contrarias a la lucha contra el cambio climático, difundiendo lo que McCright y Dunlap (2010) llamaron "anti-reflexividad". Esta consiste en la oposición al movimiento ecologista y a la ciencia, promoviendo la no toma de decisiones y la inacción ante la crisis climática. Esto ha producido un debate político polarizado sobre cuestiones climáticas (Fisher *et al.*, 2013) en el que los conservadores han tratado de defender el statu quo, promovido por la financiación corporativa destinada a este fin (Farrell, 2016). En general, existe una correlación entre el apoyo a los partidos populistas de derecha y el escepticismo climático o la oposición a los impuestos climáticos (Lockwood, 2018). En Europa, con el auge de los partidos populistas de extrema derecha existe un creciente interés académico por el posicionamiento climático de estos grupos políticos, especialmente desde el ámbito de la comunicación (p. ej., Forchtner, 2019; Forchtner *et al.*, 2018; Hultman *et al.*, 2019; Jylhä y Hellmer, 2020; Vowles y Hultman, 2021). Los partidos populistas de derechas en Europa suelen presentar posturas contrarias a la acción climática, tal y como informa el *think tank* Adelphi (Schaller y Carius, 2019). De los veintinueve partidos de derecha populista en Europa, siete se mostraron escépticos sobre el consenso climático o lo negaron, once no presentaron una postura sobre el cambio climático y solo dos apoyaron el consenso climático (Schaller y Carius, 2019). En España, la oposición más dura a la adopción de políticas climáticas ha estado representada por el partido populista de extrema derecha Vox, que se ha posicionado firmemente en contra de la existencia de la emergencia climática y de la adopción de medidas para afrontarla (p. ej., González, 2021; Robaina, 2019).

El Congreso de los Diputados era uno de los últimos parlamentos europeos sin representación de la derecha radical, junto con el vecino Portugal, hasta que Vox, un partido de extrema derecha, católico, nacionalista y populista, se convirtió en el tercero más votado en las elecciones españolas de 2019 (Gould, 2019). Vox tiene un fuerte discurso nacionalista que sitúa a los "españoles primero", combinado con un bajo nivel de nativismo, que es sustituido por una importante fijación y motivación en torno al proceso separatista catalán y la defensa de España y las tradiciones españolas (Turnbull-Dugarte, 2019). Vox ha despertado el interés de la investigación en el campo de las ciencias políticas en cuanto a sus orígenes, auge e ideología (p. ej., Ferreira, 2019; Rama *et al.*, 2021). Asimismo, en el campo de la comunicación Vox ha sido examinado por su retórica, en plataformas como las redes sociales (Aladro Vico y Requeijo Rey, 2020), o por su uso de emociones como el miedo en la construcción de su

discurso (Cárdenas-Rica y Lozano González, 2020). Sin embargo, a pesar de la relevancia de las ideas de Vox sobre el cambio climático, faltan investigaciones sobre el discurso climático de este partido o sobre cómo es recibido por los medios de comunicación.

En este contexto en el que un contramovimiento climático busca socavar las políticas climáticas, e incluso algunos grupos políticos siguen ese camino, el periodismo es una pieza clave para trasladar la ciencia y la acción climática de forma efectiva a la sociedad (Boykoff, 2019; Boykoff y Farrell, 2020). Pero, aunque el negacionismo del cambio climático no tiene una presencia considerable en la prensa española (Martín-Sosa, 2021), esta sí que está fallando al dar al cambio climático el rigor y la atención que requiere (p. ej., Fernández-Reyes, 2014; Parratt Fernández *et al.*, 2020) e incluso está invisibilizando a importantes sectores emisores de gases de efecto invernadero como el de la agricultura animal (Moreno y Almiron, 2021). También es importante señalar que la cobertura periodística sobre el cambio climático está sometida a la presión estructural de aquellos actores involucrados en empresas contaminantes o con interés en obstruir la acción climática (Mancinas-Chávez, 2013). Un ejemplo de ello es el lavado verde que recibieron las empresas energéticas patrocinadoras de la COP25 Chile-Madrid en la prensa española por su inversión en estrategias de publicidad y relaciones públicas (Moreno y Ruiz-Alba, 2021). El carácter multidisciplinar de este campo de estudio y su relevancia dada la crisis climática nos anima a contribuir a esta línea de investigación con estudios empíricos como el que aquí se propone.

### 3. METODOLOGÍA

Los objetivos de investigación de este trabajo son dos. Primero, comprobar si la enmienda a la totalidad del Proyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética (121/00019), presentada por Vox el 17 de junio de 2020 en el Parlamento español, presenta los argumentos contrarios a la acción climática más comunes difundidos por los think tanks europeos y estadounidenses contrarios a la acción climática. Y, en segundo lugar, descubrir cómo la prensa cubrió la presentación de dicha enmienda.

Para responder al primer objetivo, se ha realizado un análisis de encuadres (*frames*). Un encuadre es una determinada interpretación de la realidad, una definición, un diagnóstico, un juicio o una solución determinada para un problema (Entman, 1993). Para identificar los argumentos contrarios al clima utilizados en la enmienda de Vox se ha utilizado la lista de contramarcos sobre el cambio climático definida por Almiron *et al.* (2020) que se muestra en la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Encuadres contrarios a la acción climática*

<b>A. Afirmaciones científicas generales:</b>
A1. Cuestionamiento de la legitimidad del IPCC (implícita o explícitamente)
A2. Cuestionamiento del consenso y legitimidad de la ciencia climática (no del IPCC)
A3. Cuestionamiento de la difusión científica (por políticos, medios u otros)
<b>B. Afirmaciones científicas específicas:</b>
B4. No está ocurriendo (el cambio climático o el calentamiento global)

B5. Está ocurriendo, pero no sabemos cómo de serio es o si no es serio
B6. Está ocurriendo, pero es bueno/no es malo (el calentamiento global o aspectos particulares de este)
B7. Está ocurriendo, pero no somos nosotros o no somos solo nosotros (otros elementos son causas de este o la causa principal)
B8. Está ocurriendo, pero tenemos otros problemas importantes
B9. Está ocurriendo, pero cualquier política será peor que el calentamiento
<b>C. Afirmaciones no científicas:</b>
C10. Crítica de los defensores no científicos, mensajes y políticas con argumentos no científicos
C11. El texto incluye una posición económica neoliberal o neoconservadora (apoyando el crecimiento económico como solución, la autorregulación de los mercados, la mínima intervención gubernamental, la no imposición de la contaminación, etc.)
C12. El texto incluye una mención a la población humana como problema
C13. El texto incluye una mención a las dietas de proteínas animales o a la agricultura animal como problema
C14. El texto confía en la tecnología como solución al cambio climático o a sus consecuencias

Fuente: Almiron *et al.* (2020).

Vox presentó una enmienda a la totalidad al Proyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética (121/00019) el 17 de junio de 2020, cuando este texto legislativo estaba abierto a la discusión de los partidos. La enmienda fue rechazada, y la ley fue aprobada el 20 de mayo de 2021, convirtiéndose en la primera ley sobre cambio climático aprobada en el parlamento español. Vox votó en contra por considerarla “dogmática”.

Para abordar el segundo objetivo, recopilamos un corpus de textos de la prensa española. Se utilizó la plataforma Factiva introduciendo las palabras clave “Vox AND Ley de cambio climático” para un rango de fechas desde el 1 de junio de 2020, hasta el 31 de julio de 2020 (la enmienda fue rechazada el 14 de julio). Esta búsqueda produjo 149 resultados, de los cuales, tras eliminar los duplicados y los textos no válidos, 67 fueron aptos para el análisis. Para analizar estos textos, aplicamos un enfoque de análisis crítico del discurso (ACD). El ACD se puede utilizar para analizar los textos de las noticias con el fin de exponer las estrategias que parecen normales o neutrales en la superficie, pero que en realidad pueden ser ideológicas y tratar de dar forma a la representación de los acontecimientos y las personas con fines particulares (Machin y Mayr, 2012). El ACD puede considerarse como una metodología comprometida con el cambio político y social, ya que su objetivo es revelar las ideologías y el discurso subyacentes a través del lenguaje (Fairclough y Wodak, 1997). Cuando se aplica una metodología que sigue el ACD, “las categorías y las herramientas no se fijan de una vez por todas. Deben elaborarse para cada análisis según el problema específico que se investigue” (Wodak y Meyer, 2009, p. 111). En este caso, utilizamos las siguientes categorías para el análisis:

- Categoría 1, que aborda la forma en que el discurso mediático describe la acción de Vox.
- Categoría 2, que aborda la cuestión de la representación de los actores sociales.

- Categoría 3, que abarca la equivalencia y la diferencia entre la construcción del “grupo interno” y el “grupo externo”.

Esta combinación de encuadre para el texto y de análisis crítico del discurso para la cobertura de la enmienda por parte de la prensa nos permite comprender qué argumentos están presentes en el documento, y cómo reaccionó la prensa española ante estos argumentos.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Análisis de encuadres

La enmienda de Vox a la ley de cambio climático presenta 11 de los 14 marcos contrarios a la acción climática utilizados por Almiron *et al.* (2020). La Tabla 2 muestra los extractos de la enmienda que encajan en cada encuadre. Esta categorización deja claro que la enmienda de Vox está muy alineada con los discursos obstruccionistas de la acción climática difundidos por el contramovimiento climático.

**Tabla 2**

*Análisis de encuadres de la enmienda a la totalidad del Proyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética (121/00019) presentada por Vox el 17 de junio de 2020 en el Parlamento español*

Encuadre	Extracto
A1. Cuestionamiento de la legitimidad del IPCC (implícita o explícitamente)	«Las previsiones alarmistas del Intergovernmental Panel on Climate Change (en adelante IPCC) se ven desmentidas una y otra vez por la realidad» (p. 4).
A2. Cuestionamiento del consenso y legitimidad de la ciencia climática (no del IPCC)	«El alarmismo climático está haciendo las veces de una nueva religión. Se agrupan en un solo paquete indisoluble -para el cual se exige un asentimiento sin fisuras, so pena de ser anatemizado como “negacionista”- proposiciones lógicamente independientes (que la temperatura está subiendo; que la subida se debe a los gases de invernadero emitidos por el hombre; que la subida se va a acelerar en este siglo; que esa subida será muy perjudicial para la humanidad; que vendrá acompañada de todo tipo de catástrofes -huracanes, sequías, etc.- agrupadas en el cajón de sastre del “cambio climático”» (p. 3).  «VOX deja la ciencia a los científicos, y carece de una posición propia sobre cuestiones climatológicas. Considera, sin embargo, que el debate no está cerrado, y que es irracional asumir como artículo de fe el paquete climático-catastrofista en su totalidad. [...] los científicos no son concluyentes al apreciar una correlación clara entre el ritmo de incremento térmico y la acción humana» (p. 3).
A3. Cuestionamiento de la difusión científica (por políticos, medios u otros)	«[...] “cambio” puede ser cualquier cosa: cualquier fenómeno (la subida de temperaturas, pero también su estancamiento, como ocurrió durante “la Pausa” de 1998-2014, o la de 1945-75» (p. 3).

<p>B5. Está ocurriendo, pero no sabemos cómo de serio es o si no es serio</p>	<p>«Se ha pronosticado repetidamente el inminente deshielo de los casquetes polares, pero la banquisa ártica era en septiembre de 2019 más gruesa que en 2007 según el National Snow &amp; Ice Data Center de EE.UU., y un estudio de la NASA publicado en 2015 en el Journal of Glaciology certificaba que la masa de hielo antártico, en lugar de disminuir, está aumentando» (p. 4).</p> <p>«Asegurar que una temperatura dos o tres grados más alta llevará a la humanidad al desastre a finales del siglo XXI, denota un grado de lucidez comparable al de los futurólogos que, hacia 1890, pronosticaban que en treinta años Londres y París yacerían bajo una montaña de estiércol, dado el crecimiento exponencial del número de coches de caballos» (p. 6).</p>
<p>B6. Está ocurriendo, pero es bueno/no es malo (el calentamiento global o aspectos particulares de este)</p>	<p>«Algunos expertos reivindican el CO2 como elemento fundamental de la vida en la Tierra, al ser necesario para la fotosíntesis. El CO2 solo es responsable de un 15% del efecto invernadero (sin efecto invernadero, la temperatura del planeta sería 30 grados más baja, y la vida no habría sido posible). El aumento de CO2 en la atmósfera ha generado efectos positivos que el catastrofismo climático oculta cuidadosamente» (p. 5).</p> <p>«El profesor Richard Tol, de la Universidad de Sussex, ha elaborado un modelo que computa los efectos favorables y desfavorables de la subida de temperatura: concluye que habrá beneficio neto (ahorro en calefacción, aumento de cosechas, etc.) hasta un aumento de 2,2 grados respecto a la temperatura global de 2009; por encima de ese umbral, los costes superarían a las ventajas» (p. 5).</p>
<p>B8. Está ocurriendo, pero tenemos otros problemas importantes</p>	<p>«La OCDE sitúa ya a España a la cabeza del desplome económico mundial; registramos la mayor destrucción de empleo de Europa y el deterioro del tejido productivo retrotrae el número de empresas a principios de siglo. La “emergencia climática” tiene que ser compatible con la auténtica emergencia económica y la social que enfrentan los españoles. Por consideraciones elementales de supervivencia nacional, el PLCCTE debe ser devuelto al Gobierno» (p. 12).</p>
<p>B9. Está ocurriendo, pero cualquier política será peor que el calentamiento</p>	<p>«España debe seguir comprometida con el medio ambiente, pero no a cualquier coste» (p. 1).</p>
<p>C10. Crítica de los defensores no científicos, mensajes y políticas con argumentos no científicos</p>	<p>«La izquierda, cuya sensibilidad medioambiental es muy reciente, necesita pretextos para justificar la intervención coactiva del Estado en la economía y la sociedad: unas veces es ‘la pobreza’ (que suele multiplicarse como resultado de las políticas socialistas); otras, la ‘opresión de género’, o la ‘discriminación racial’. Como todos ellos son fenómenos superados -o residuales- en la España contemporánea, se ha buscado en la ‘emergencia climática’ una nueva excusa para el dirigismo» (p. 2).</p> <p>«Al rechazar simultáneamente los combustibles fósiles y la energía nuclear, el “paquete energía y clima” (PLCCTE + PNIEC) rompe con la racionalidad científica y el realismo económico, condenando a España a la penuria energética y el empobrecimiento» (p. 11).</p>

<p>C11. El texto incluye una posición económica neoliberal o neoconservadora (apoyando el crecimiento económico como solución, la autorregulación de los mercados, la mínima intervención gubernamental, la no imposición de la contaminación, etc.)</p>	<p>«La búsqueda de esos objetivos requerirá un intervencionismo exhaustivo del Estado en la vida económica y un incremento brutal del gasto público» (p. 2). «En Vox consideramos, por el contrario, que este planteamiento puede tener efectos adversos para la inversión, el consumo, el empleo y la competitividad de la economía española» (p. 2).</p> <p>«Las emisiones españolas de CO2 representan un 0'7% del total mundial. Si después de esquilmar a los españoles con impuestos verdes y condenar a la quiebra o la deslocalización a las industrias dependientes de combustibles fósiles, se alcanzaran los objetivos marcados por el PLCCTE (reducción del 23% en las emisiones), nuestra incidencia positiva en el volumen mundial de emisiones sería de un 0'17%». (p. 7)</p> <p>«Las diversas fuentes de energía han de poder competir libremente entre sí, y debe permitirse a las empresas optar por las más rentables. [...] Si las renovables llegan a ser realmente rentables, se impondrán por sí mismas, de la misma forma que las bombillas eléctricas desplazaron a los quinqués y los automóviles a los coches de caballos» (p. 7).</p>
<p>C12. El texto incluye una mención a la población humana como problema</p>	<p>«En ridículos similares incurrieron las predicciones neomaltusianas de Paul Ehrlich (The Population Bomb, 1968) o el Club de Roma (Informe "Los límites del crecimiento", 1972), que auguraban un rápido agotamiento de recursos esenciales debido a la superpoblación. Todos ellos olvidaron que el más importante de los recursos es, como teorizara Julian Simon, la inteligencia humana, que permite hacer cada vez más con menos» (p. 6).</p>
<p>C14. El texto confía en la tecnología como solución al cambio climático o a sus consecuencias</p>	<p>«En 2080, si se mantiene el ritmo de crecimiento económico de las últimas décadas, seremos tres veces más ricos que ahora, y la tecnología será capaz de proezas que ahora no podemos ni soñar» (p. 6).</p> <p>«El PLCCTE, en su falta de equilibrio por erradicar los combustibles fósiles, desatiende otros horizontes tecnológicos que permitirían reducir CO2 sin perjudicar la competitividad empresarial. Por ejemplo, las nuevas técnicas Carbon Capture, Use and Storage (CCUS) de captación de CO2» (p. 9).</p> <p>«[...] la energía nuclear es una energía limpia. No emite CO2, y por eso ha sido defendida por grandes referentes del movimiento ecologista, como James Lovelock (el padre de la "hipótesis Gaia"); James Hansen, Ken Caldeira, Tom Wigley y Kerry Emanuel, profetas del clima-catastrofismo» (p. 10).</p>

Fuente: elaboración propia.

## 4.2. Análisis crítico del discurso

A través del ACD, examinaremos las tres categorías mencionadas, así como el uso del discurso nacionalista, etnocéntrico y tradicionalista en general.

### 4.2.1. Categoría 1. Representación del discurso político y de la ideología

Esta categoría de análisis del discurso político y la ideología se inspira en el trabajo de Fairclough (2003). Examinaremos la agencia (quién hace qué a quién) y la acción (qué se hace), prestando especial atención a los participantes (*does* y *done-tos*), al proceso (grupos verbales) y a las circunstancias (grupos adverbiales, frases preposicionales). La Tabla 3 muestra este análisis.

**Tabla 3**

*Análisis de la representación del discurso político y de la ideología (Categoría 1)*

Categorías	Extracto
Partido de extrema derecha (participante)	«“El clima es cambiante y ha evolucionado durante siglos”, ha asegurado la diputada del partido de ultraderecha Mireia Borrás» (El Periódico de Catalunya, 14/7/2020).
Subrayado (proceso) Extrema derecha (participante)	«La representante del PSOE, Helena Caballero Gutiérrez, subrayó que Vox ni siquiera se ha tomado la molestia de redactar un texto alternativo. Los planteamientos de la ultraderecha, dijo Caballero, “atentan contra la racionalidad científica”» (Sur Online, 14/7/2020)
Ridiculización (proceso)	«“¡A ver si nos aclaramos!”, ridiculizó esa postura Juantxo Lopez de Uralde, diputado de Unidas Podemos» (La Vanguardia, 14/7/2020)

Fuente: elaboración propia.

#### 4.2.2. Categoría 2. Representación de los actores sociales

Es imposible representar a los actores políticos, o a las personas en general, de forma neutral, y la forma en que caracterizamos a alguien puede tener fines psicológicos, sociales y políticos (Reisigl y Wodak, 2001). El objetivo de esta categoría es establecer cómo los medios de comunicación representan a los actores políticos de Vox y sus círculos circundantes (votantes, simpatizantes, etc.). La Tabla 4 recoge los principales actores sociales de estos textos.

**Tabla 4**

*Análisis de los actores sociales representados (Categoría 2)*

Actor social representado	Extracto
Mireia Borràs, portavoz de Vox (16 menciones)	«La diputada de Vox Mireia Borràs Pabón, encargada de presentar esta enmienda a la totalidad, ha asegurado durante su intervención que el proyecto supone un “intervencionismo exhaustivo del Estado en la vida económica y un incremento brutal del gasto público”» (EFE/Diario de Sevilla, 14/7/2020)
Vox (como partido/ partido de extrema derecha/ partido de Santiago Abascal) (81 menciones)	«El partido que preside Santiago Abascal, también denuncia la "hostilidad" declarada del Ejecutivo en esta ley a los combustibles fósiles» (Europa Press, 17/6/2020).
Partidarios de Vox (4 menciones)	«Su respuesta contrasta con la de los votantes de Vox, entre los cuales solo uno de cada cinco se declara contrario a la exploración de hidrocarburos» (El Mundo, 8/6/2020).
Teresa Ribera (Vicepresidenta del Gobierno, PSOE, en el cargo) (19 menciones)	«En su intervención, Ribera ha rechazado los principales argumentos que Vox utiliza en su enmienda a la totalidad para rechazar el texto del Gobierno» (Europa Press, 14/7/2020).

Juanto López de Uralde (diputado, Unidas Podemos) (7 menciones)	«Juanto López de Uralde, se ha preguntado qué "patriotismo" es que el defiende Vox cuando niega el "daño" que el cambio climático está haciendo a su territorio» (Europa Press, 14/7/2020).
Ciudadanía Española, mayormente granjeros, cazadores y ganaderos (7 menciones)	«Vox no compra estos dogmas que "culpan a los españoles", especialmente a los ganaderos, agricultores y cazadores» (Europa Press, 14/7/2020).

Fuente: elaboración propia.

Aquí podemos ver un claro caso de funcionalización: los ciudadanos españoles más afectados son definidos en función de su trabajo y, además del partido, los principales actores están relacionados por su papel en el proceso. La más interesante es, sin embargo, es la última categoría y el uso de la visión tradicional de la agricultura española (“ciudadanos, agricultores, cazadores, ganaderos”) y el uso indirecto de esta categoría en el discurso. Esto encaja perfectamente en el marco discursivo de la extrema derecha de utilizar ciertos argumentos, como esta funcionalización, relativos a los valores nacionales y tradicionales, para enfocar su discurso y acciones como un acto de preservación de la cultura y tradición etno-nacional.

#### 4.2.3. Categoría 3. Equivalencia y diferencia

El objetivo de esta categoría es comprender la construcción del “grupo interno” (*in-group*) y del “grupo externo” (*out-group*), y la diferencia entre las representaciones positivas y negativas de cada uno. Para ello hemos utilizado una adaptación de las estrategias de equivalencia y diferencia de Wodak (2009).

**Tabla 5**

*Análisis de la equivalencia y la diferencia a través de la referencialidad/nominación (Categoría 3)*

Equivalencia y diferencia	Extracto
In-group (según Vox): Patriotas, agricultores, ganaderos  Vs. Out-group, los otros (según Vox): PSOE / Gobierno de España / La izquierda	«Mireia Borrás Pavón, portavoz de Vox, aseguró que el departamento que dirige Teresa Ribera pretende “culpabilizar a agricultores y ganaderos” del cambio climático» (La Verdad, 15/7/2020).
In-group (según Vox): La ciudadanía española, que está atravesando una crisis socioeconómica  Vs. Out-group, los otros (según Vox): La élite interesada en el cambio climático	«Vox (...) al considerar que se trata de un texto que no es compatible con “la auténtica emergencia económica y social a la que se enfrentan los españoles” y, por tanto, pone en peligro la “supervivencia nacional”» (Europa Press, 17/6/2020).

Fuente: elaboración propia.

#### 4.2.4. Análisis de los discursos nacionalistas, tradicionalistas y euroescépticos

Para terminar, hemos abordado la aparición en la prensa de los discursos de Vox anclados en el nacionalismo, el tradicionalismo y el euroescepticismo al hablar de la ley de cambio climático. La Tabla 6 resume algunos ejemplos.

**Tabla 6**

*Análisis de la equivalencia y la diferencia a través de la referencialidad/nominación (Categoría 3)*

Extractos
«efectos adversos en la inversión, el consumo, el empleo y en la competitividad <u>económica española</u> » (Europa Press, 17/6/2020).
«pone en peligro la <u>“supervivencia nacional”</u> » (Europa Press, 17/6/2020).
«Vox cree que estos objetivos están diseñados para (...) <u>“transformar radicalmente”</u> (...) <u>“hasta el modo de vida de los españoles”</u> » (Europa Press, 18/6/2020).
«Son los lobbys energéticos los que están marcando la <u>agenda europea</u> » (Europa Press, 4/6/2020).
«Vox ha criticado la <u>“liberticida” ley de Cambio Climático del Gobierno que, a su juicio, “quiere cambiar la economía y la vida de los españoles”</u> » (Europa Press, 14/7/2020).

Fuente: elaboración propia.

Estos resultados son la representación de la legitimación de Vox de su postura a través del uso de la terminología nacionalista, prueba de cómo los partidos de extrema derecha buscan transmitir valores tradicionalistas, etnonacionalistas e incluso económico-proteccionistas (menos comunes) a través de sus argumentos en cualquier ámbito, incluido el cambio climático.

#### 4.2.5. La enmienda de Vox a la ley de cambio climático en la prensa española: una síntesis

El retrato que hace la prensa española de la enmienda a la ley de cambio climático presentada por Vox es predominantemente crítico. El análisis de los participantes en el discurso periodístico (actores políticos citados) y los procesos que se reflejan, muestran que la enmienda de Vox representa una posición minoritaria y no se alinea con el consenso científico. Así, la propuesta del partido de extrema derecha es ridiculizada y mostrada como carente de soporte argumental.

Por su parte, el análisis de los actores sociales implicados refleja una sobrerrepresentación de Vox. A pesar de la matización del discurso de Vox y de la inclusión de actores que rechazan la enmienda propuesta por el partido, hay carencias en la inclusión de otras voces (de ámbitos como la ciencia, el activismo o la sociedad civil) que contrarresten los discursos de extrema derecha emitidos por el partido y recogidos por la prensa.

El discurso de Vox delimita un *in-group* formado por el partido y sus simpatizantes, dejando a los políticos progresistas en el gobierno en un *out-group*. Esta representación y dicotomización contribuye a la polarización de un tema tan sensible como el cambio climático, sobre el que es necesario alcanzar consensos y acuerdos que faciliten la adopción de políticas climáticas.

Por último, este análisis muestra cómo los ideales de Vox (nacionalismo, tradicionalismo e incluso algo de euroescepticismo) se entrelazan con su discurso climático, apuntalando su posición reaccionaria hacia la adopción de políticas de mitigación del cambio climático.

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Esta investigación cubre un vacío de conocimiento sobre el discurso de Vox en materia de cambio climático. En concreto, se analiza el discurso de Vox con respecto a la ley española de cambio climático aprobada en 2021 a través de una enmienda realizada por el partido en

2020. Esta enmienda está claramente alineada con los discursos contrarios a la acción climática más comunes en Estados Unidos y Europa, ya que incluye los principales argumentos negacionistas y obstruccionistas más utilizados por las organizaciones en esta línea. Estos discursos emplean mecanismos retóricos que ya han sido analizados y desmontados en numerosas ocasiones (p. ej.: Cook *et al.*, 2018; McKie, 2019). Esta investigación muestra una similitud entre los encuadres utilizados por Vox en su enmienda y los emitidos por los principales *think tanks* europeos contrarios a la acción climática estudiados por Almiron *et al.* (2020). De hecho, cabe destacar aquí que Vox cita en su enmienda a Richard Tol, uno de los autores colaboradores de la Global Warming Policy Foundation, un popular *think tank* inglés conocido por su oposición a la acción climática (Black, 2018). Además, el ex director del Instituto Juan de Mariana (otro de los *think tanks* obstruccionistas estudiados por Almiron *et al.* 2020), Eduardo Fernández Luiña, es subdirector del *think tank* de Vox, la Fundación Disenso.

En cuanto a la recepción por parte de la prensa de la enmienda de Vox a la ley de cambio climático, la cobertura es eminentemente crítica. Sin embargo, se han detectado carencias en cuanto a la inclusión de voces que contrarresten el discurso de Vox en la prensa, marcado por la polarización y el uso de elementos nacionalistas para defender su posición contraria a la acción climática. En este sentido, sería útil que la prensa proporcionara al público más herramientas para identificar el contramovimiento climático y evitar lagunas que pongan en duda el consenso científico sobre el cambio climático (van der Linden *et al.*, 2017).

El discurso de Vox se alinea así también con las posiciones opuestas a la acción climática de otros partidos europeos de extrema derecha que describen Schaller y Carius (2019). A este respecto, Forchtner y Lubarda (2021) indican que los partidos de extrema derecha están enfocando sus posicionamientos hacia la obstrucción de las políticas climáticas y no tanto hacia la negación de la ciencia climática, es decir, son más obstruccionistas que negacionistas. En el caso de la enmienda a la ley de cambio climático presentada por Vox, hay encuadres de negación del consenso científico sobre el cambio climático, de rechazo de las proyecciones científicas y de crítica a la ciencia del clima, sin aparecer el encuadre de negación literal de la existencia del cambio climático. Pero, pese a la importancia de este tipo de argumentos engañosos que aducen una supuesta falta de consenso científico, destacan los encuadres contrarios a las políticas climáticas en base a diferentes argumentos ideológicos y económicos, lo que concuerda con lo expuesto por Forchtner y Lubarda (2021). A este respecto, Forchtner y Lubarda (2021) alertan de que los partidos de extrema derecha pueden utilizar los argumentos contrarios a la acción climática “para generalizar su ‘otredad’ de, por ejemplo, los inmigrantes, los liberales y los izquierdistas, ‘la élite’ y las organizaciones internacionales”, una situación que otros autores como Lockwood (2018) también han señalado. El análisis crítico del discurso realizado en este artículo corrobora esta dinámica, ya que han sido detectados procesos de dicotomización y otredad de este estilo en el discurso de Vox recogido por la prensa sobre la enmienda a la ley de cambio climático.

A nivel periodístico, la existencia de actores con discursos tan obstruccionistas como el analizado en este artículo dificulta aún más la ya complicada tarea (Boykoff, 2019; Mancinas, 2013) de comunicar la crisis climática. Así, llegados a este punto, sería interesante revisar el trabajo de Lakoff (2010), quien indica que existe una hipocognición respecto a los marcos que explican la crisis climática, es decir, hay carencia de argumentos y marcos para entender lo que

está ocurriendo. Dada la responsabilidad periodística de comunicar eficazmente el problema climático al público de manera efectiva (Boykoff, 2019), cabe reflexionar aquí sobre hasta qué punto se debe prestar atención a los partidos políticos, grupos de interés y organizaciones cuyo objetivo es obstruir la acción climática, en lugar de a los actores que buscan soluciones acordes con la ciencia del clima y la situación de emergencia.

Esta investigación es una contribución empírica más a la línea de estudio sobre el contramovimiento climático, concretamente en el contexto político español. Futuros estudios pueden centrarse más en los discursos obstruccionistas de los partidos políticos sobre la acción climática y cómo se representan en la prensa, en otros medios de comunicación o incluso cómo se representan en los medios sociales. También sería interesante realizar estudios sobre la recepción de estos discursos, para ver si la polarización política en torno al cambio climático que retrata Vox se traslada también a la audiencia, o si ésta se alinea más con el consenso climático y rechaza los postulados del partido. En cualquier caso, la investigación sobre la obstrucción de la acción climática es ahora más necesaria que nunca, especialmente en el ámbito de la comunicación, que se ha convertido en un campo de batalla donde entran en juego múltiples intereses para influir en la opinión pública y en la toma de decisiones sobre cómo actuar para afrontar la crisis climática.

## NOTAS

Este trabajo ha sido financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) (CSO2016-78421-R), y por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (FPU18/04207).

## Referencias

- Aladro Vico, E., y Requeijo Rey, P. (2020). Discurso, estrategias e interacciones de Vox en su cuenta oficial de Instagram en las elecciones del 28-A. Derecha radical y redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 203–229. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1455>
- Almiron, N., Boykoff, M., Narberhaus, M., y Heras, F. (2020). Dominant counter-frames in influential climate contrarian European think tanks. *Climatic Change*, 162(4), 2003–2020. <https://doi.org/10.1007/s10584-020-02820-4>
- Black, R. (2018). *Denied: The rise and fall of climate contrarianism*. The Real Press.
- Boykoff, M. (2019). *Creative (Climate) Communications: Productive Pathways for Science, Policy and Society*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108164047>
- Boykoff, M., y Farrell, J. (2020). Climate change countermovement organizations and media attention in the United States. En N. Almiron y J. Xifra (Eds.), *Climate Change Denial and Public Relations* (pp. 121–139). Routledge.
- Cárdenas-Rica, M. L., y Lozano González, A. A. (2020). El miedo como recurso persuasivo en el discurso político. En N. Ruiz-Alba y J. A. Moreno (Eds.), *Debates contemporáneos sobre poder, política y medios de comunicación*. Egregius.
- Cook, J., Ellerton, P., y Kinkead, D. (2018). Deconstructing climate misinformation to identify reasoning errors. *Environmental Research Letters*, 13(2), 024018. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aaa49f>

- CSSN. (2021). *The Structure of Obstruction: Understanding Opposition to Climate Change Action in the United States* (CSSN Primer). Climate Social Sciences Network (CSSN). <https://bit.ly/31X4v8D>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fairclough, N., y Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis. En T. A. Van Dijk (Ed.), *Discourse as Social Interaction: Discourse Studies 2 (A Multidisciplinary Introduction)* (pp. 258-284). Sage.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge.
- Farrell, J. (2016). Corporate funding and ideological polarization about climate change. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(1), 92–97. <https://doi.org/10.1073/pnas.1509433112>
- Fernández-Reyes, R. (2014). Infoxicación en la comunicación del cambio climático. Mitigación y adaptación. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 26, 66–76. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2014.i26.07>
- Ferreira, C. (2019). Vox como representante de la derecha radical en España: Un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73–98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>
- Fisher, D. R., Waggle, J., y Leifeld, P. (2013). Where does political polarization come from? Locating polarization within the U.S. climate change debate. *American Behavioral Scientist*, 57(1), 70–92. <https://doi.org/10.1177/0002764212463360>
- Forchtner, B. (Ed.). (2019). *The far right and the environment: Politics, discourse and communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351104043>
- Forchtner, B., y Lubarda, B. (2021, 1 de noviembre). The far right has moved from climate denial to obstructing climate action. Open Democracy. <https://bit.ly/3dP8dna>
- Forchtner, B., Kroneder, A., y Wetzels, D. (2018). Being skeptical? Exploring far-right climate-change communication in Germany. *Environmental Communication*, 12(5), 589–604. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1470546>
- González, M. (2021, 11 de septiembre). Vox alimenta el negacionismo para pescar votos entre los perdedores de la transición energética. *EL País*. <https://bit.ly/30ockDs>
- Gould, R. (2019). Vox España and Alternative für Deutschland: Propagating the crisis of national identity. *Genealogy*, 3(4), 64. <https://doi.org/10.3390/genealogy3040064>
- Hultman, M., Björk, A., y Viinikka, T. (2019). The far right and climate change denial. Denouncing environmental challenges via anti-establishment rhetoric, marketing of doubts, industrial/breadwinner masculinities enactments and ethno-nationalism. En B. Forchtner (Ed.), *The Far Right and the Environment: Politics, Discourse and Communication*. Routledge.
- IPCC. (2021). *Climate Change 2021: The physical science basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. IPCC. <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/>
- Jylhä, K. M., y Hellmer, K. (2020). Right-wing populism and climate change denial: The roles of exclusionary and anti-egalitarian preferences, conservative ideology, and antiestablishment attitudes. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 20(1), 315–335. <https://doi.org/10.1111/asap.12203>
- Lakoff, G. (2010). Why it matters how we frame the environment. *Environmental Communication*, 4(1), 70–81. <https://doi.org/10.1080/17524030903529749>
-

- Lockwood, M. (2018). Right-wing populism and the climate change agenda: Exploring the linkages. *Environmental Politics*, 27(4), 712–732. <https://doi.org/10.1080/09644016.2018.1458411>
- Machin, D., y Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis: A multimodal introduction*. SAGE.
- Mancinas-Chávez, R. (2013). El silencio mediático. Reflexión en torno a las razones de los medios de comunicación para no hablar del cambio climático. En R. Mancinas Chávez (Ed.), *Medios de comunicación y cambio climático* (pp. 233–248). Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/30565>
- Martín-Sosa, S. (2021). Apuntes metodológicos para el estudio del negacionismo climático en los medios escritos. *Communication & Methods*, 3(1), 56–66. <https://doi.org/10.35951/v3i1.111>
- McCright, A. M., y Dunlap, R. E. (2010). Anti-reflexivity. The American conservative movement's success in undermining climate science and policy. *Theory, Culture & Society*, 27(2–3), 100–133. <https://doi.org/10.1177/0263276409356001>
- McKie, R. E. (2019). Climate change counter movement neutralization techniques: A typology to examine the climate change counter movement. *Sociological Inquiry*, 89(2), 288–316. <https://doi.org/10.1111/soin.12246>
- Moreno, J. A., y Almiron, N. (2021). Representación en la prensa española del papel de la agricultura animal en la crisis climática. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(1), 349–364. <https://doi.org/10.5209/esmp.73745>
- Moreno, J. A., y Ruiz-Alba, N. (2021). ¿Periodismo o greenwashing? Patrocinadores de la COP25 Chile-Madrid en la prensa española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 285–300. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.19089>
- Parratt Fernández, S., Mera Fernández, M., y Carrasco Polaino, R. (2020). La relevancia del cambio climático en la prensa española: Análisis comparativo de El País, El Mundo y ABC. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15(2), 625. <https://doi.org/10.14198/OBETS2020.15.2.09>
- Piltz, R. (2008). The Denial Machine. *Index on Censorship*, 37(4), 72–81. <https://doi.org/10.1080/03064220802561366>
- Rama, J., Zanotti, L., Turnbull-Dugarte, S. J., y Santana, A. (2021). *VOX: The rise of the Spanish populist radical right*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003049227>
- Reisigl, M., y Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination. Rhetorics of racism and antisemitism*. Routledge.
- Robaina, E. (2019, 5 de junio). VOX y su argumentario contra el cambio climático: 'No vamos a malgastar más dinero en esta estafa'. *La Marea*. <https://bit.ly/3m4EPOv>
- Schaller, S., y Carius, A. (2019). *Convenient Truths. Mapping climate agendas of right-wing populist parties in Europe*. Adelphi. <https://bit.ly/33iZXto>
- Turnbull-Dugarte, S. J. (2019). Explaining the end of Spanish exceptionalism and electoral support for Vox. *Research & Politics*, 6(2), 205316801985168. <https://doi.org/10.1177/2053168019851680>
- van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges*, 1(2), 1600008. <https://doi.org/10.1002/gch2.201600008>

Vowles, K., y Hultman, M. (2021). Scare-quoting climate: The rapid rise of climate denial in the Swedish far-right media ecosystem. *Nordic Journal of Media Studies*, 3(1), 79–95. <https://doi.org/10.2478/njms-2021-0005>

Wodak, R., y Meyer, M. (2009). *Methods of critical discourse analysis* (2nd ed.). Sage.

### **Semblanza de los autores**

**Jose A. Moreno** es investigador predoctoral en el programa de doctorado en Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, dentro del Programa de Formación del Profesorado Universitario (FPU) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Miembro del grupo de investigación Critical Communication (CRITICC) y del proyecto de investigación THINKClima (CSO2016-78421-R) en el Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Su línea de investigación se centra en la comunicación del cambio climático y los grupos de interés.

**Gina Thornton** es una investigadora independiente, con experiencia como asistente de investigación en el grupo de investigación UNICA de la Universitat Pompeu Fabra, que actualmente trabaja como técnica de proyectos en la Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación (AGAUR). Participó en el Seminario Avanzado de Estudios del Discurso en 2020 (SAED) y su línea de investigación se centra en la comunicación política, los estudios de extrema derecha y el análisis crítico del discurso.



## Androcentrism and conservatism within climate obstructionism. The case of the think tank CLINTEL in The Netherlands

*Androcentrismo y conservadurismo en el obstruccionismo climático. El caso del think tank CLINTEL en los Países Bajos*

**Mayte Moreno-Soldevila**

University of Groningen | Broerstraat, 5, 9712 CP, Groningen | The Netherlands |  
<https://orcid.org/0000-0001-6951-8703> | [mtmorenosoldevila@gmail.com](mailto:mtmorenosoldevila@gmail.com)

Dates | Submitted: 28/09/2021 | Accepted: 14/12/2021

### Abstract

Within the climate countermovement, neoliberal think tanks have played a predominant role in both the United States and Europe. There are links between climate obstructionism and ideologies such as conservatism and the extreme right; androcentrism, patriarchal worldviews and industrial masculinities, and whiteness and xenophobic ideologies. This research takes as a case study the Dutch think tank CLINTEL, which, despite having been founded in 2019, has managed to get a declaration against the climate emergency to members of the European Parliament, which has been signed by climate action contrarians from all over the world. This paper analyses the contrarian framings present in this declaration based on the typology established by Almiron *et al.* (2020). In addition, this research makes a gendered discursive analysis of the discussion about this statement in a forum of the European Parliament, where CLINTEL met with members of the far-right Dutch party Forum van Democratie (FvD), part of the European Conservatives and Reformists group. The study on CLINTEL's statement shows that the think tank uses similar frames as other European denialist think tanks. Its climate declaration

### Resumen

*Dentro del contramovimiento climático, los think tanks neoliberales han desempeñado un papel predominante tanto en Estados Unidos como en Europa. Existen vínculos entre el obstruccionismo climático e ideologías como el conservadurismo y la extrema derecha; el androcentrismo, las cosmovisiones patriarcales y las masculinidades industriales, y las ideologías blanca y xenofóbica. Esta investigación toma como caso de estudio el think tank neerlandés CLINTEL, que, a pesar de haber sido fundado en 2019, ha conseguido hacer llegar a los miembros del Parlamento Europeo una declaración contra la emergencia climática, que ha sido firmada por contrarios a la acción climática de todo el mundo. Este trabajo analiza los encuadres contrarios presentes en esta declaración a partir de la tipología establecida por Almiron *et al.* (2020). Además, esta investigación realiza un análisis discursivo de género del debate sobre esta declaración en un foro del Parlamento Europeo, donde CLINTEL se reunió con miembros del partido holandés de extrema derecha Forum van Democratie (FvD), que forma parte del grupo de Conservadores y Reformistas Europeos. El estudio sobre la declaración de CLINTEL muestra que el think tank utiliza*

has a significant gender bias, with an overwhelming over-representation of men among the signatories. This, together with the discursive analysis of its discussion with members of the European Parliament, is a contribution to the emerging line of research on industrial masculinities and climate change obstructionism. This paper provides information on the think tank CLINTEL, helping to fill a knowledge gap on the climate change countermovement in the Netherlands.

*marcos similares a los de otros think tanks negacionistas europeos. Su declaración sobre el clima tiene un importante sesgo de género, con una abrumadora sobrerrepresentación de hombres entre los firmantes. Esto, junto con el análisis discursivo de su debate con los miembros del Parlamento Europeo, es una contribución a la línea de investigación emergente sobre las masculinidades industriales y el obstructionismo del cambio climático. Este artículo proporciona información sobre el think tank CLINTEL, contribuyendo a llenar un vacío de conocimiento sobre el contramovimiento del cambio climático en los Países Bajos.*

**Keywords:** climate crisis, think tanks, denialism, gender, neoliberalism.

**Palabras clave:** crisis climática, think tanks, denialism, gender, neoliberalism.

## 1. INTRODUCTION

The rise of Nationalism and Right Wing Populisms in Europe has exacerbated inequalities and discrimination. Patriarchal neoliberal structures are getting fortified by the influence of hegemonic masculinities and conservative ideologies, which oftentimes present themselves in the form of nationalism, emphasizing the importance of closing borders and a rejection of multiculturalism, and often implement neoliberal stances, such as ascribing to and defending free-market autonomy.

Plehwe (2014) indicates that “in recent times, no subject matter has provoked stronger practical science wars than the question of climate change, its human causes and its policy implications” (p. 102). However, these wars implicated in the questioning of climate change are often not scientific, but cultural. Climate change denial is one of the ways in which androcentric, national and Right Wing Populisms engage in the preservation of the status quo and the capitalist system. Despite 99% of climate expert scientists agreeing on the urgency to act in order to manage the climate crisis (Lynas *et al.*, 2021), conservative political parties as well as some neoliberal think tanks and other organizations are presenting climate action contrarian arguments to the existence, the anthropocentric origins and the impact of the climate crisis. This is especially alarming keeping into account that, even within climate expert groups, economists are pushing legislation towards taking mitigation measures dependent not so much on the urgency of climate action, but on economic issues, the effects of these measures on the free-market, and on the neoliberal system. The existence of a Climate Change Countermovement (CCM) or “denial machine” (Piltz, 2008) further jeopardizes the progress of climate action.

Nationalism, right-wing ideologies, conservatism, neoliberalism, industrial/breadwinner masculinities, and xenosceptic ideologies have been shown to correlate with climate change denial and contrarianism (Almiron *et al.*, 2020; Beder, 2001; Krange *et al.*, 2018; Kahan *et al.*, 2007; Hultman & Pulé, 2018; Hultman *et al.*, 2019; Kahan *et al.*, 2007; Krange *et al.*, 2018; Kulin *et al.*, 2021; Lockwood, 2018; McCright & Dunlap, 2011; Plewe, 2014). Most of the research on climate change denialism, politics and climate action contrarian think tanks has been

developed with a focus on the USA, and although there has recently been research dedicated to European countries, The Netherlands remains underrepresented and under-researched in this regard (Van der Wel, 2019).

However, Right Wing Political Parties which align themselves with climate action contrarianism have grown in March 2021 elections in The Netherlands. Forum van Democratie (FvD) and JA21, both of which have ties to the climate action contrarian Dutch think tank Climate Intelligence Foundation (CLINTEL), have grown from 2 to 8 seats in parliament and from 0 to 3 seats in parliament respectively. Moreover, CLINTEL is a very recent example of a climate action obstructionist think tank in Europe, especially compared to others in neighboring countries, which accentuates the relevance of rising climate action opposition in Europe and, more specifically, in The Netherlands. This think tank was founded in 2019 by professor of geophysics Guus Berkhout and journalist Marcel Crok, and it sustains that “there is no climate emergency”. There has been previous research dedicated to many European denialist think tanks such as the Europäisches Institut für Klima und Energie in Germany (founded in 2007), Institut Économique Molinari in France (2003), Centre for Policy Studies in United Kingdom (1974) and more (see Almiron *et al.*, 2020). Nevertheless, CLINTEL is a recently created think tank and therefore there has not been published research about it yet.

This paper outlines a literature review of the previous research focused on the CCM, including climate change denialism and skepticism, and opposition to climate change mitigation policies, in relation to the intersections of gender and political ideology. After that, it uses CLINTEL as a case study to identify the existence or absence of correlation between the available research on think tanks and the climate countermovement and CLINTEL’s stances. To do so, CLINTEL’s core document will be analyzed, their World Climate Declaration asserting that “there is no climate emergency”, as well as a press conference which took place on November 20<sup>th</sup> of 2019, hosted by the European Conservatives and Reformists group in the European Parliament.

## 2. LITERATURE REVIEW

### 2.1. Consensus on anthropogenic global warming

There is an overwhelming consensus among expert scientific opinion about global warming being caused primarily by human activity (Lynas *et al.*, 2021). Nevertheless, lobby groups and fossil fuel companies place climate change denialists and international peer-reviewed climate science experts on an equal level of trustworthiness (Hultman & Pulé, 2018), the media often presents climate change denialist think tanks as independent experts of climate science (Beder, 2001) and only 15% of the US population accurately estimate the consensus on anthropogenic global warming above 90% (Leiserowitz *et al.*, 2015). The result is that climate change literacy is jeopardized by a lack of education and accuracy in the representation of the environmental situation, and a CCM that is working to spread doubt on the state of affairs regarding global warming, to delay climate change mitigation policies, and to avoid government regulation and intervention (Oreskes & Conway, 2011). The climate action contrarian discourse that the CCM uses disseminates “messages advocating against the evidences of human-induced global warming or casting doubt on climate change as a problem to varied degrees” (Almiron *et al.*, 2020, p. 4). These stances are shared not only by bloggers and non-advocacy research organizations, but also by climate change contrarian think tanks, which are considerably more influential (Almiron *et al.*, 2020).

Think tanks are political actors that seek to sell their points of view in the marketplace of ideas, and they do that by creating and disseminating expert knowledge (Abelson, 2018). To achieve that dissemination of their ideas, they rely on media to spread their outputs or to comment on public affairs as expert sources (Almiron, 2016). Even think tanks themselves are assuming journalistic routines by using their own communicative tools (The Economist, 2014). Despite the ability of think tanks to disseminate pro-elite discourses on a global scale, the communications aspect of these organizations is often one of the least studied (Almiron, 2017). In the study of organized climate obstructionism, the analysis of think tanks as generators of discourse has seminal works in this area of study (Jacques, 2008), and with a growing line of research in recent years (i.e., Almiron & Xifra, 2020; Almiron *et al.* 2020; Almiron & Moreno, 2021; Plehwe, 2021).

In order to dismantle these types of organizations that hinder the progress of urgent and necessary climate action, it is important to look at the causes behind such a climate action contrarian ideology, and this is the area this paper attempts to contribute to. Previous research has found that there are certain intersections of gender and political identities and ideologies that are correlated with CCM. In regards to gender, industrial/breadwinner masculinities are associated to CCM (Hultman & Pulé, 2018), and in regards to political ideologies, Right Wing Populisms (RWP), Nationalism, Conservatism, and Neoliberalism have been shown to be linked with CCM (Almiron *et al.*, 2020; Beder, 2001; Hultman *et al.*, 2019; Kahan *et al.*, 2007; Krange *et al.*, 2018; Kulin *et al.*, 2021; Lockwood, 2018; McCright & Dunlap, 2011; Plewe, 2014).

## **2.2. Masculinities and the climate change countermovement**

In their book *Ecological Masculinities*, Hultman & Pulé (2018) discuss the types of masculinities that have been found to correlate with climate change denial and skepticism, opposition to fossil fuel taxation, and government interventionism. They identify a mixture of industrial masculinities and breadwinner masculinities to be consistent with CCM. Industrial/Breadwinner masculinities are hegemonic, and they are consistent with the dominant type of socialization that is imposed on men (Kivel, 2010, cited in Hultman & Pulé, 2018). According to Paul Kivel (2010), boys and men are socialized to conform to certain mainstream norms that are opposed to femininity (Hultman & Pulé, 2018, p. 38). In fact, femininity is often used as an insult to the masculinities that result from this socialization, i.e., “don’t be a girl”. Emotional expressions such as love, compassion, and excitement, are considered feminine and therefore should not be embodied by men. Moreover, men are expected to be in control of situations, stand their ground, have homophobic and misogynistic ideals, and take responsibility for their families, friends and even nation (Hultman & Pulé, p. 38). Hultman & Pulé explain that this socialization derives into industrial/breadwinner masculinities, which are:

the very bedrock of male domination. Men socio-economically benefit the most from capitalism as well; traditional socialisations ... are designed to prepare males from an early age to do the structural bidding of commoditisation, effectively industrialising boys to become mechanistic men who are compelled to fall in line, be warriors willing to protect and become breadwinners able to provide for others. (Hultman & Pulé, 2018, p. 40)

Industrial masculinities refer to those who own and operate the means of production and extractivist corporations (Hultman & Pulé, 2018, pp. 40-41). Some examples are fossil fuel executives, bankers, and corporate managers, all of which are most commonly embodied by Western white males. Breadwinner masculinities refer to “those working-class men that are typically found at the ‘coalface’ of extractive practices” (Hultman & Pulé, 2018, p. 41). This means that industrial/breadwinner masculinities are hegemonically embodied by (mostly) men of any social class, and they rely on eco-destructive practices that are profitable.

A concept that further explain this link is that of petro-masculinity (Daggett, 2018, p. 25), which “suggests that fossil fuels mean more than profit; fossil fuels also contribute to making identities, which poses risks for post-carbon energy politics”. Thus, “taking petro-masculinity seriously means paying attention to the thwarted desires of privileged patriarchies as they lose their fossil fantasies” (Hultman & Pulé, 2018, p. 44). In brief, climate action contrarianism is intertwined with a form of masculinity anchored in the industrial modernity, which the climate crisis is calling into question (Anshelm & Hultman, 2014).

It has been shown that men are more insensitive to environmental risks than women, and white people have a lower environmental risk perception than people of color (Kahan *et al.*, 2007; Krange *et al.*, 2018). Flynn *et al.* (1994), Finucane *et al.* (2000) and Palmer (2003) studied this variation of risk perceptions across gender and race, identifying what is called the *white-male effect*: “a distorting influence of [a] seemingly fearless group of men on the distribution of risk perceptions” (cited in Kahan *et al.* 2007, p. 466).

Kahan *et al.* (2007) have studied the cognitive structure underlining the *white-male effect*, identifying a form of motivated cognition which consists on protecting oneself from the identities one embodies and the roles one occupies. They call this mechanism *identity-protective cognition* and argue that, because white men have historically dominated oppressive systems such as capitalism and colonization, and because they are rewarded for their exploitative practices and their embodiment of industrial/breadwinner masculinities, their identity is often imbued by these same structures. Therefore, attacks on these structures are perceived as threats, as they affect their material conditions and personal identities (p. 470). This explains white men’s insensitivity to risk in comparison with the rest of the population, and their overt presence in the CCM. In fact, it is the same mechanism that makes this group of people uphold racial structures and xenophobic views, that is, those based on the suspicion or dislike of immigrants combined with the belief that immigration rates are too high, and it can imply outward disdain towards immigrants and asylum seekers (Krange *et al.*, 2018). However, there is one more dimension which intersects with gender and race in climate action obstructionism and which is essential to study the CCM: political ideology.

### **2.3. Political ideology in the climate countermovement**

Different scholars have found certain political ideologies to be more correlated to the CCM than others. For example, Lockwood (2018) finds that, in Western European countries, “RWP is generally climate sceptical and hostile to climate policy, whereas [Left Wing Populism] is not” (p. 3). Moreover, Kulin *et al.* (2021) shows that nationalism, which is characterized by its concern with national interests over global issues, is correlated with climate change denial and skepticism. This is the opposite of cosmopolitanism, which takes all humanity to be one community, hence reinforcing world unity in place of antagonism between nations.

Nationalism also entails “territorial autonomy or sovereignty” (Barrington 1997, cited in Kulin *et al.*, 2021, p. 7), which means that it rejects international agreements that might breach this sovereignty. Since combating climate change requires the cooperation of different countries, and the arrangement of mitigation policies, this is not compatible with nationalist ideologies. In fact, “many policy analysts propose a precautionary approach that requires a high degree of interventionism and planning to promote the transformation of the fossil economy age into a renewable energy age” (Plewe, 2014, p. 103).

Ideologies such as RWP, Nationalism and Conservatism share their attempt to maintain the status quo, they are often authoritarian, hierarchical and individualistic, they frequently engage in climate change skepticism and denialism, they are usually hostile to fossil fuel taxation, and they distrust government regulation and intervention (Hultman *et al.*, 2019; Kahan *et al.*, 2007; Krange *et al.*, 2018; Kulin *et al.*, 2021; Lockwood, 2018; McCright & Dunlap, 2011). In addition, these ideologies intersect with xenoscepticism, racial and gender discrimination. For example, Lockwood (2018) points out that RWP depends on what are constructed as “nefarious minorities”, which are sources of corruption and which “draw the attention of the [elites] away from the ‘deserving’ but neglected people” (p. 2). This ‘nefarious minority’ is attributed to immigrants in contemporary Right Wing Populisms.

Furthermore, Neoliberal perspectives, in particular the defense and promotion of free-market autonomy, is very prominent in the CCM. Beder (2001) argues that conservative think tanks try to introduce neoliberal ideology into environmental policy, for example by “advocate[ing] the use of the market to allocate scarce environmental resources ... and promote replacement of legislation with voluntary industry agreements” (p. 128). CCM organizations are strongly connected with conservative right-wing think tanks, and these organizations are “key organizational components of a well-organized climate change counter-movement that has not only played a major role in confounding public understanding of climate science, but also successfully delayed meaningful government policy actions to address the issue” (Brulle, 2014, p. 681).

In the context of the Netherlands, there is a lack of specific research on the CCM. That may be explained by the lack of a strong opposition to climate science and policies among the population: 77% of Dutch people think that climate change impacts are an important challenge for the humanity, and 68% would welcome climate taxation on product and services (European Investment Bank, 2021). Under Mark Rutte, leader of the liberal-conservative Volkspartij voor Vrijheid en Democratie PVV and prime minister of The Netherlands since 2010, some steps have been taken in order to mitigate climate change. The Climate Act was passed in this country on July 2019. This binding law sets a medium run horizon of 49% reduction of greenhouse emissions by 2030, and carbon neutrality in the electricity sector by 2050. The Dutch case has been of particular interest recently because of a court decision forcing the government to implement stern climate change mitigation measures (Buranyi, 2019). Also, a Dutch court also forced oil giant Shell to reduce its greenhouse gas emissions (BBC, 2021).

However, one interesting case of climate change denialism in The Netherlands that has already been documented is that of Thierry Baudet, founder of the FvD party. This political leader is known by its climate action contrarian stances, which include arguments such as climate change not being important, not clear, or not due to anthropogenic causes (Van der Wel,

2019). During 2019, one of the FvD's most important campaign themes was attacking the Netherlands' climate law, for which it used a populist and anti-elitist argumentation (Van der Wel, 2019). This resonates with research on the expression of RWP stances based on a criticism to the elites in channels such as social media in the Netherlands (Fischer *et al.*, 2020). However, there are cases of fake news on climate change expressed by politicians such as Baudet in social media, and it was discovered that users tended not to trust such messages and that those who believed in them could be limited to niche groups close to the extreme right wing (Van des Esschert, 2020). As will be explained below, the FvD party has maintained interactions with the climate action contrarian think tank CLINTEL, founded in 2019. This article seeks to make a contribution to the knowledge gap on CCM in the Netherlands by exploring this think tank and its link with FvD.

### 3. METHODOLOGY

Employing discourse analysis, I will examine the relationship between the micro-level discourses that are exemplified in each of the two media outputs chosen for the analysis, and the macro-level discourses “indicative of broader social patterns and practices” (LeGreco, 2014, p. 6).

In regards to the micro-level discourses, they will be analyzed using frame analysis, taking framing as “the process by which a communication source defines and constructs a political issue or public controversy” (Nelson *et al.*, 1997, p. 567). Frame analysis is a prevalent methodological framework within studies in communication, and it has been used in a diversity of empirical studies in the field of climate change communication (i.e., Almiron *et al.* 2020; Mercado *et al.* 2019; Moreno & Almiron, 2021).

Because of this, frame analysis is particularly insightful for the analysis of the discourse on climate (in)action and obstructionism. To do so, I will use the set of counter-frames developed by Almiron *et al.* (2020) which they employed to analyze the climate action contrarian discourse present in eight European think tanks (*figure 1*).

These counter-frames refer to ways of presenting information that “counter the consensus around anthropogenic climate change” (p. 7). Moreover, the frames encountered will be analyzed with the help of a table analysis of forty-two climate action contrarian claims formulated by Cook *et al.* (2018).

Regarding the macro-level discourse, in this case it refers to the gender and ideological underpinnings of the micro-level discourses. This part of the analysis draws upon the research outlined in the previous section and will highlight the presence or absence of characteristics ascribed to industrial/breadwinner masculinities and the political ideologies that have been explored.

Box 1. An overview of the counter-frames analyzed

**A. General scientific claims:**

**A1.** Contesting IPCC legitimacy (implicitly or explicitly)**A2.** Contesting scientific consensus & legitimacy (not IPCC)**A3.** Contesting scientific dissemination (by politicians, media, and other).

Examples: directly criticizing or casting doubts on IPCC reports and working groups, on other scientists or on disseminators because they are alarmist, models used are imperfect, models' predictions have failed, they misrepresent data, they are based on poor data, they use unreliable sources).

**B. Specific scientific claims:**

**B4.** It is not happening (climate change or global warming)**B5.** It is happening, but we do not know how serious it is or it is not serious**B6.** It is happening, but it is good/not bad (either global warming or particular issues of it)**B7.** It is happening, but it is not us or it is not only us (other issues are also causes/main causes).

**B8.** It is happening, but we have other major problems**B9.** It is happening, but any policy will be worse than warming.

Examples: It is not warming, Antarctic sea ice is increasing, it can be cyclical, temperature rise is marginal, CO<sub>2</sub> is not bad, the Sun is the main cause, poverty and hunger are other equally major problems.

**C. Non-scientific claims:**

**C10.** Criticism of non-scientist defenders & messages & policies on a non-scientific basis.

**C11.** The text includes a neoliberal or a neoconservative economic position (supporting economic growth as the solution, markets self-regulation, minimum government intervention, no taxation of pollution, etc.)

**C12.** The text includes a mention to human population as a problem.

**C13.** The text includes a mention of animal-based diets or animal agriculture as a problem.

**C14.** The text trust technology as a solution to climate change or its consequences.

Examples of C10: Criticizing attitudes (ex: condescending, adamant, patronizing...), practices (ex: indoctrinating in schools and universities), goals (ex: profit-oriented, job- and career-oriented, or climate change defenders), consequences (ex: economic/environment/ethic consequences or climate change policies), ideology (ex: mentioning politics blamed as extremists or fanatics).

**D. Focus.**

**D15.** Policies/Solutions.

**D16.** Scientific approach.

**D17.** Economic approach.

**D18.** Ethical approach.

**D19.** Other.

---

**Figure 1. Climate counterframes used in the analysis**

Source: Almiron *et al.* (2020), p. 8.

#### 4. CASE STUDY

As mentioned in the introduction, CLINTEL was founded in 2019 by professor of geophysics Guus Berkhout and journalist Marcel Crok, making it a very recent example of a climate action contrarian think tank in Europe. Their main stance is that “there is no climate emergency” and they believe the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) is exaggerating facts about climate change and attributing global warming to anthropogenic causes. The investigative platform Pointer (2020) analyzed a sample of 61 signers from The Netherlands. They found that this group of authors did not produce significant climate research, since only 15 publications in the area were found. In contrast, a random sample of 61 scientists attached to the IPCC published a quantity of 4.273 works in this area. This suggests that CLINTEL's supporters are not academics who produce climate change research.

Despite the climate expert scientific community having exposed the inaccuracy of these and other statements supported by denialist think tanks, CLINTEL gets enough support as to be in contact with Dutch Prime Minister Mark Rutte, to deliver their message to the UN, the European Parliament, and in international economic summits (van deer Waal & Keizer, 2020, para. 2). According to van deer Waal & Keizer (2020), CLINTEL's propositions are regularly

quoted in the House of Representatives by Thierry Baudet, the leader of Forum Van Democratie (FvD), and they are part of a network with many well-known climate skeptics such as Theo Wolters, Kees le Pair and Fred Udo; former Shell employees such as Kees de Groot, Kees de Lange and Rutger van Santen, and Volkspartij voor Vrijheid en Democratie (VVD) top men such as Paul de Krom and Frits Bolkestein (para. 26). As *figure 2* shows, the FvD clearly endorses CLINTEL's denial of the climate crisis. On November 20<sup>th</sup>, 2019, the MEPs that appear in *figure 2* celebrated a forum in the European Parliament in which they invited CLINTEL in order to discuss their declaration against climate emergency.

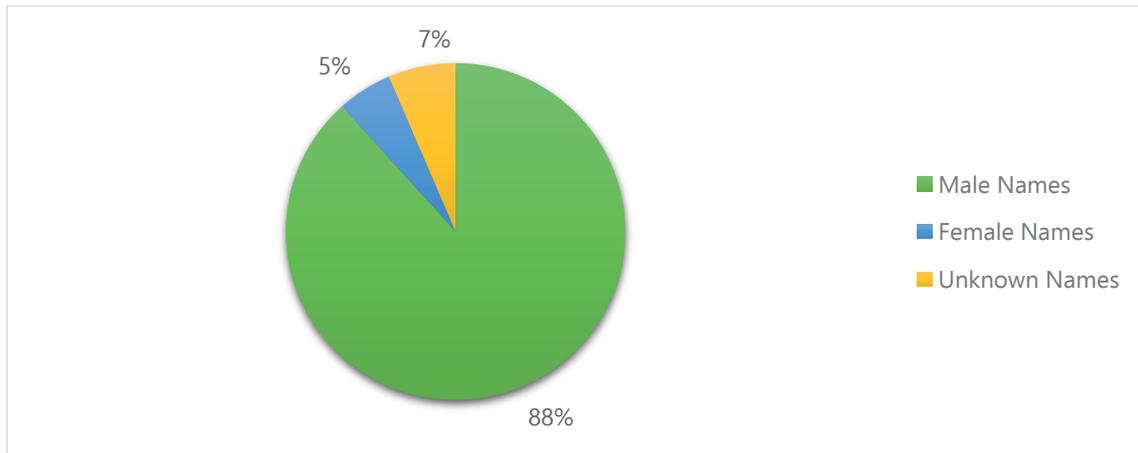


**Figure 2.** CLINTEL presents their essay to the European Parliament on November 20<sup>th</sup>, 2019. From left to right: Rob Rooker (FvD), Guus Berkhout (Clintel), Benoit Rittaud (L'association des Climatos-Réaliste), Rob Roos (FvD), Derk Jan Eppink (FvD) and Marcel Crok (Clintel). On December 20<sup>th</sup> 2020, Rob Rooker, Rob Roos and Derk Jan Eppink joined JA21, a split from FvD.

Source: Van der Waal & Keizer (2020) in Pointer.

#### 4.1. CLINTEL's World Climate Declaration

CLINTEL's core document is their World Climate Declaration, which states that "there is no climate emergency" (Pelser, 2021). This document has been signed by 914 professionals, including professors, scientists, and engineers. However, van der Waal & Keizer (2020) state that none of them are climate scientists (para. 44), and therefore, that CLINTEL misuses the undersigned's scientific title to make statements about a field that is not within their expertise. Furthermore, using Python and an Application Programming Interface that determines the most probable gender of a name (*genderize.io*), gender variation within the list of signatures were analyzed. As shown in *figure 3*, the result is that at least 810 signers are male (that is 88,33% of the sample), 48 signers are female (5,23%), and 59 are unknown due to the absence of their first names in the declaration (6,43%). The percentage of accuracy, that is, the degree of certainty of the assigned gender, is 97,24%.



**Figure 3. Gender Variation in CLINTEL's World Climate Declaration (n=914)**

Source: own elaboration.

This information is consistent with previous research on the CCM which has identified men to be more likely than other genders to engage in climate change contrarianism (Anshelm & Hultman, 2014; Hultman & Pulé, 2018; Hultman *et al.*, 2019; Krange *et al.*, 2018; Lockwood, 2018; McCright & Dunlap, 2011).

The first claim in CLINTEL's World Climate Declaration is that "Natural as well as anthropogenic factors cause warming" (Pelser, 2021, p. 4). This means that CLINTEL does acknowledge anthropogenic global warming. However, by equating it with natural global warming, it proposes that humans are not the single cause of global warming (frame B7 from Almiron *et al.* 2020). However, the description of this section emphasizes the natural variation of Earth's climate across millennia, which diminishes the argument of anthropogenic factors, and it uses the Little Ice Age as the explanation as to why we are experiencing global warming (B6).

The second claim is that "warming is far slower than predicted" (Almiron *et al.*, p. 4). Here they are contesting the IPCC legitimacy (A1), indicating that "the world has warmed significantly less than predicted by IPCC" (p. 4). However, Björn Stevens of the Max Planck Institute for Meteorology in Hamburg points out that there are errors in the method that Marcel Crok (CLINTEL's co-founder) and Nic Lewis developed to assess warming. Nevertheless, Guido van der Werf, Earth science professor at the Vrije Universiteit Amsterdam, used a similar method arriving at a warming that is hardly slower than the IPCC models indicate (Keulemans, 2018).

The third claim is that "climate policy relies on inadequate models" (Pelser, 2021, p. 4) (A1). This claim relies on the fallacy of impossible expectations. It is based on the idea that models need to be perfect to be reliable, which is an impossible expectation "no model is perfect as they are simplified representations of reality ... models are useful tools based on fundamental physical principles that can reproduce the past and provide insights into the future" (Cook *et al.* 2018).

The fourth claim is that "CO<sub>2</sub> is plant food, the basis of all life on Earth" (Pelser, 2021, p. 4) (B6). This statement falls into the fallacy of slothful induction: it is based on the idea that plants need CO<sub>2</sub> to grow, which is true, however it assumes that greenhouse warming has no negative impacts on plants, which is far from the truth (Cook *et al.* 2018).

The fifth claim is that "global warming has not increased natural disasters" (B6), and it specifies that "CO<sub>2</sub>-mitigation measures are as damaging as they are costly" (Pelser, 2021, p. 4) (B9).

According to IPCC predictions and to the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) in their report *Climate change: Consequences of inaction* (OECD, n.d.), global warming will indeed cause natural disasters related to the water level rising, precipitation patterns, risk of floods and draught, and these consequences will be much more costly than mitigation and climate action.

The last claim of the declaration is that “climate policy must respect scientific and economic realities” (Pelser, 2021, p. 4), where they advocate for adaptation instead of mitigation measures (C11). Moreover, they specifically state that they “strongly oppose the harmful and unrealistic net-zero CO2 policy proposed for 2050” (p. 4). These statements reflect a neoliberal ideology that supports economic growth as a solution, opposes government intervention, and critiques fossil fuel taxation, all of which were analyzed in the literature review in connection with political ideologies and industrial/breadwinner masculinities.

In sum, CLINTEL’s World Climate Declaration uses five counter-frames: It contests the IPCC legitimacy (A1), states that global warming is happening, but it is good or not bad (B6), states that global warming is happening, but we are either not causing it or not the only ones causing it (B7), states that global warming is happening but any policy will be worse than global warming (B9), and it includes a neoliberal or a neoconservative economic position supporting economic growth as the solution, markets self-regulation, minimum government intervention, no taxation of pollution, etc. (C11).

#### **4.2. Press conference**

On November 20<sup>th</sup> of 2019, CLINTEL’S founder and ambassadors Guus Berkhout and Marcel Crok among others presented their World Climate Declaration at the European Parliament, hosted by the European Conservatives and Reformists group. CLINTEL published a post on November 23<sup>rd</sup> which includes a video taken by the *Global Warming Policy Foundation*, another climate action obstructionist think tank, during this press conference. In the video, we can observe the discussion of several men who are either part of or sympathizers of CLINTEL, arguing against Irina von Wiese, a British politician and Liberal Democrat who was a Member of the European Parliament at the time (see Appendix B for a transcript). In regards to gender and race, there were eight white men from CLINTEL; twelve white men and one white woman in the opposite table, where one of them actively supported CLINTEL; one man of color and one white man sitting on the left of von Wiese, and von Wiese herself (white woman). Von Wiese expresses her fear to the impact that CLINTEL’s climate change contrarian arguments might have in the development of the climate crisis, worrying that their perspectives shared by others will lead to an irreversible state of environmental disaster. Before diving closely into the content of the video, it is important to point out that this video was cut in ways that a lot of information was lost. I will point out these instances and their possible impact.

Irina von Wiese is the first person to speak in the video. However, it is clear that she is reacting to CLINTEL’s declaration which they exposed beforehand. Unfortunately, we do not have that part of the session, so we cannot know what they said exactly. Nevertheless, we have their World Climate Declaration, which has been previously analyzed, to account for their general ideas. Von Wiese explains that she is flabbergasted by the fact that they were attending an event stating that there is no climate emergency. She proceeds in a very polite way, stating her belief in freedom of speech and her respect to their opinion. She then articulates arguably

condescending sentences: “I wish you were right” and “I wish I could believe like some of you apparently do” (0:35), however there is a cut in the video between these utterances, so we do not know whether she mentioned specific points that they brought up or not. She then goes on to indicate that:

Unfortunately, there is something like a difference between truth and untruth, and we do have *overwhelming scientific evidence*: There is *man-made climate emergency today* and denying it is, of course, anybody's free opinion. (0:58, emphasis added).

Stating that there is overwhelming (expert) scientific evidence for a man-made climate emergency already debunks CLINTEL's declaration and ideals if it is true. In the literature review, we have explored this statement finding it to be true, therefore she is offering reliable information at this point in the video. Von Wiese goes on:

But it is a bit like closing your eyes when you see a train speeding in your direction and say: “Oh, it is not coming, is it?” And the problem is, *it's not just you. It is our future generation*. Probably our generation, however old, we already suffer. But certainly the generation of our children. And *denying that it exists today is equivalent to some form of collective manslaughter on another generation*. I don't know how many of you agree with what we've just heard. Maybe we'll have a show of hands. (1:14).

What von Wiese is saying here is that the climate emergency is clear, and that if there are no measures taken fast enough to decrease future global warming and mitigate its effects, this will result in the death of many people. This is consistent with IPCC predictions which show that, if we do not prevent global warming from reaching an increase of 2°C or more, this will cause flooding, draught, rising sea levels leading to natural disasters, and damage to the Earth's biodiversity, among others (IPCC, 2018). After von Wiese states these words, the men from CLINTEL look to one another full of surprise, with open mouths, raising their hands in the air accompanied with incredulous facial expressions. After Von Wiese is done talking, Berkhout intercedes:

May I ask you a question? I hear many remarks from people like you. *I feel sorry for you because I only hear emotions*. I only hear *emotions* and I don't hear facts. If you look at the facts that we then not go to the future, but look in the past, yeah. If we looked in the past, let's say the last 70 years. Tell me one thing about what, this temperature increase has done for bad in our society. Please tell me [scene cut]. (2:26)

First of all, here we have an example of embodiment of industrial/breadwinner masculinities which are defined by their opposition to ideas that are considered feminine (Hultman & Pulé, 2018). Emotions are here targeted and negatively marked, used in a patronizing and condescending manner by white men towards a white woman. Secondly, in her speech, von Wiese refers to the existence of overwhelming scientific evidence that corroborates we are in an environmental crisis caused by anthropogenic global warming. This is indeed the case, and there is such a high consensus on the topic that denying it brings the discourse to a much earlier stage where climate science experts did not have the information they have now. Thirdly, Berkhout proposes to look at the past instead of the future, which diverts from the urgency of climate action to mitigate the effects of global warming in the future. Cook *et al.* (2018) call this fallacy “red herring”. Berkhout finishes by asking her to answer his question, but there is a cut in the video that prevents us from knowing her answer, if there was one.

After this, Marcel Crok intervenes, adding that the IPCC “acknowledged that there is no trend in flooding worldwide” (3:25) and that they are hiding this information from the public, to which von Wiese interrupted:

IRINA VON WIESE:

I'm sorry, but I need to correct you here. What you just said is not correct. I would invite you to please [interrupted] [unintelligible] \*from the IPCC that they have said this\*.

MARCEL CROK:

\*So you're so you. So you're so you're\* denying IPCC

IRINA VON WIESE:

I am denying that the IPCC the has ever made such a statement [interrupted, \*unintelligible\*]

MARCEL CROK:

\*Wow. I will send you\* I will send you the references after this meeting.

IRINA VON WIESE:

Yes, please, thank you. (4:03)

In this excerpt and after having looked at previous parts of the debate, it becomes clear that the ways in which von Wiese and the CLINTEL ambassadors communicate their ideas are very different in terms of politeness and respect. Whereas she apologizes when interrupting Crok and includes conciliatory words such as ‘please’, ‘invite’ or ‘thank you’, Crok does not let her finish the answer to his question and reacts with a ‘wow’ when she is able to clarify. This is again an example of condescending and paternalistic behavior that stands out particularly because the three men who speak in this video engage in it. Moreover, the IPCC has carried out vast research underlining the relation between climate events and natural disasters (Seneviratne, 2012), which exposes the fact that, if what he is saying is correct, he was ‘cherry picking’ (Cook *et al.*, 2018).

The last person to speak is also a white man. He says:

I have two questions about the graph that you showed [to CLINTEL’s ambassadors], but I'm sorry I didn't want to respond before my questions to what you've said [to von Wiese]. We've just all observed *the way in which your emotions clouds your ability to listen*. Professor Berkhout did not deny man made climate change. He specifically said he accepted it and *you have sat here and told him he is denying man made climate change*. His first point was that, yes, there is that man-made climate change, but that the question is, *is it 90% or 10%?* We all held that. So why are you saying he didn't? He's denying it. He's not denying it. [End] (4:31).

Again, we are presented with a very condescending and patronizing treatment that is further unjustified by the fact that he is accusing von Wiese of stating that Berkhout denied man-made climate change, when what she stated is that he denied man-made climate *emergency*. It seems like the three male speakers have not been very able to listen either, but that is not criticized or highlighted by anybody. Then this speaker goes on to indicate that anthropogenic climate change corresponds only to the 10%, which has repeatedly been shown to be

incorrect. The video ends with the speaker's question, not giving von Wiese the opportunity to respond, so we do not know if this happened and how it looked like if it did.

Lastly, I want to point out the title of CLINTEL's post where this video appears: "At a press conference on Wednesday (20th November), the European Parliament was told: 'there is no climate emergency'. One MEP became emotional and accused the organisers of 'collective manslaughter' on future generations" (Crok, 2019). This emphasis on the attribution of negative connotations to 'emotional' is in itself a patriarchal misogynistic endeavor. This video is a perfect example of the gender and power dynamics that are taking place in this debate. Moreover, it reinforces industrial/breadwinner masculinities, the hegemony of white men, and the development of conservative Right Wing ideologies that is threatening to increase social injustice and environmental disasters.

## 5. CONCLUSION AND DISCUSSION

In conclusion, the intersection between gender and political ideology has proven highly relevant in the analysis of the climate change countermovement (CCM). The impact of hegemonic male socializations has led to the development of eco-destructive industrial/breadwinner masculinities. These masculinities complicate what Kahan *et al.* (2007) calls *identity-protective cognition*, as they tie men's identities to exploitative and oppressive practices that derived into a colonialist patriarchal society.

This, together with the fact that white men still occupy most positions of power, hinders the progress to be made in terms of egalitarianism as well as ecological action. Right Wing Populisms, reinforced by Nationalist ideologies, have encouraged xenosceptic discrimination as well as the rejection of climate change mitigation policies and measures, with a special focus on the protection of fossil fuel industries. Since white people and xenosceptic ideologies have been found to correlate to the CCM (Kränge *et al.*, 2018; Kahan *et al.*, 2007), future research should address the relationship between xenoscepticism and climate obstructionism. In this paper, the fact that the CLINTEL forum as well as any other climate change contrarians who speak in the video analyzed are white men reminds us of the *white-male effect* discussed in Kahan *et al.* (2007), as it is these same white men the ones who show insensitivity to environmental risk perception, in contrast with von Wiese, the only woman who speaks in the video. This is an interesting correlation that is not conclusive, as much deeper research would be needed to investigate racial biases within this organization and others with the same profile. Moreover, climate action contrarian think tanks have contributed to the spreading of misinformation regarding climate change and anthropogenic global warming, feeding into the Right Wing political discourse in Western European countries.

The Netherlands in particular remains an underrepresented and under-researched country in terms of climate action contrarianism despite the countermovement being strong enough to bring forth one of the newest climate action contrarian think tanks in Europe, CLINTEL. Through the analysis of two outputs by CLINTEL, their counter-frames have been analyzed and their misinforming statements, debunked. In addition, we have seen the correlation between the analyzed intersections of gender and political ideology, and the material that CLINTEL brings forward. Specifically obvious is the domination of white male identities that shame and patronize people whom they consider have feminine traits, such as being emotional.

This study has attempted to highlight the importance of studying the aforementioned intersections in relation to the CCM, and to encourage further research into the state of affairs in The Netherlands, including the contrarian think tank CLINTEL.

## References

- Abelson, D. E. (2018). *Do think tanks matter?: Assessing the impact of public policy institutes* (3rd ed.). McGill-Queen's University Press.
- Almiron, N. (2016). Think tanks y neoliberalismo. In F. Sierra Caballero & F. Maniglio (Eds.), *Capitalismo financiero y comunicación* (pp. 195–220). Ediciones Ciespal.
- Almiron, N. (2017). Favoring the elites: Think tanks and discourse coalitions. *International Journal of Communication*, 11, 4350–4369.
- Almiron, N., & Xifra, J. (2020). *Climate change denial and public relations. Strategic communication and interest groups in climate inaction*. Routledge.
- Almiron, N., Boykoff, M., Narberhaus, M., & Heras, F. (2020). Dominant counter-frames in influential climate contrarian European think tanks. *Climatic Change*, 162(4), 2003–2020. <https://doi.org/10.1007/s10584-020-02820-4>
- Almiron, N., & Moreno, J. A. (2021). Think tanks neoliberales y falsos debates: La propuesta del impuesto a la carne para combatir la crisis climática [Neoliberal think tanks and false debates: The meat tax proposal to combat the climate crisis]. In D. Rodrigo-Cano, R. Mancinas-Chávez, & R. Fernández-Reyes (Eds.), *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío* (pp. 222–248). Dykinson. <https://bit.ly/321QzJY>
- Anshelm, J., & Hultman, M. (2014). A green fatwā? Climate change as a threat to the masculinity of industrial modernity. *Norma*, 9(2), 84–96. <https://doi.org/10.1080/18902138.2014.908627>
- Beder, S. (2001) Research note - Neoliberal Think Tanks and Free Market Environmentalism, *Environmental Politics*, 10(2), 128–133. <https://doi.org/10.1080/714000530>
- Bulle, Robert J. 2014. Institutionalizing Delay: Foundation Funding and the Creation of U.S. Climate Change Counter-Movement Organizations. *Climatic Change*, 122(4), 681–694. <https://doi.org/10.1007/s10584-013-1018-7>
- BBC (2021, May 26). Shell: Netherlands court orders oil giant to cut emissions. *BBC*. <https://bbc.in/30vPIBa>
- Buranyi, Stephen (2020, May 20). Climate action under duress: how Dutch were forced into emissions cuts. *The Guardian*. <https://bit.ly/31XGyOj>
- Cook, J., Ellerton, P., & Kinkead, D. (2018). Deconstructing climate misinformation to identify reasoning errors. *Environmental Research Letters*, 13(2), 024018. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aaa49f>
- Crok, M. (2019, November 23). European Parliament told: There is no climate emergency. *CLINTEL*. <https://bit.ly/3GK7ccw>
- Daggett, C. (2018). Petro-masculinity: Fossil fuels and authoritarian desire. *Millennium: Journal of International Studies*, 47(1), 25–44. <https://doi.org/10.1177/0305829818775817>
- European Investment Bank (2021). *Majority (62%) of Dutch people think their country will fail to drastically reduce carbon emissions by 2050*. European Investment Bank. <https://bit.ly/31P9Vm9>
- Fischer, A., Brands, C., & Abadi, D. (2020). *The Expression of Right-Wing Populism in the Netherlands across Facebook Posts* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/35puf>
- Hofkens, A., & van der Waal, W. (2020). *Klimaatceptisch rapport Clintel krijgt geen steun van klimaatonderzoek [Climate skeptical report Clintel gets no support from climate research]*. Pointer. <https://bit.ly/3dOg8ku>

- Hultman, M., Björk, A., & Viinikka, T. (2019). The Far Right and Climate Change Denial. In B. Forchtner (Ed.), *The Far Right and the Environment* (pp. 121–135). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351104043-8>
- Hultman, M., Pulé, P. M. (2019). *Ecological Masculinities: Theoretical foundations and practical guidance*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351195223>
- IPCC (2018). *Special Report Global Warming of 1.5 °C*. IPCC. <https://bit.ly/3IzZexQ>
- Jacques, P. J., Dunlap, R. E., & Freeman, M. (2008). The organisation of denial: Conservative think tanks and environmental scepticism. *Environmental Politics*, 17(3), 349–385. <https://doi.org/10.1080/09644010802055576>
- Kahan, D. M., Braman, D., Gastil, J., Slovic, P., & Mertz, C. K. (2007). Culture and identity-protective cognition: Explaining the white-male effect in risk perception. *Journal of Empirical Legal Studies*, 4(3), 465–505. <https://doi.org/10.1111/j.1740-1461.2007.00097.x>
- Keulemans, M. (2018, February 28). De klimaatjournalist die in de ban van het tegengeluid raakte: 'Ik ben een roepende in de woestijn geworden' [The climate journalist who fell under the spell of dissent: 'I have become a voice in the wilderness']. *deVolkskrant*. <https://bit.ly/3DVZ5rt>
- Krange, O., Kaltenborn, B. P., & Hultman, M. (2019). Cool dudes in Norway: Climate change denial among conservative Norwegian men. *Environmental Sociology*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.1080/23251042.2018.1488516>
- Kulin, J., Johansson Sevä, I., & Dunlap, R. E. (2021). Nationalist ideology, rightwing populism, and public views about climate change in Europe. *Environmental Politics*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/09644016.2021.1898879>
- Leiserowitz, A., Maibach, E., Roser-Renouf, C., Feinberg, G., & Rosenthal, S. (2015). *Climate change in the American mind: March, 2015*. Yale Project on Climate Change Communication. <https://bit.ly/3m6TNDs>
- LeGreco, M. (2014). Discourse analysis. In J. Mills & M. Birks (Eds.) *Qualitative methodology*, (pp. 67–88). SAGE Publications, Inc., <https://dx.doi.org/10.4135/9781473920163>
- Lockwood, M. (2018). Right-wing populism and the climate change agenda: Exploring the linkages. *Environmental Politics*, 27(4), 712–732. <https://doi.org/10.1080/09644016.2018.1458411>
- Lynas, M., Houlton, B. Z., & Perry, S. (2021). Greater than 99% consensus on human caused climate change in the peer-reviewed scientific literature. *Environmental Research Letters*, 16(11), 114005. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/ac2966>
- McCright, A. M., & Dunlap, R. E. (2011). 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>
- Mercado-Sáez, M.-T., Marco-Crespo, E., & Álvarez-Villa, À. (2019). Exploring news frames, sources and editorial lines on newspaper coverage of nuclear energy in Spain. *Environmental Communication*, 13(4), 546–559. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1435558>
- Moreno, J. A., & Almiron, N. (2021). Representación en la prensa española del papel de la agricultura animal en la crisis climática: Falta de visibilidad y carnismo [Representation of the role of animal agriculture in the climate crisis in the Spanish press: Lack of visibility and carnism]. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(1), 349–364. <https://doi.org/10.5209/esmp.73745>
- Nelson, T., Clawson, R., & Oxley, Z. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *The American Political Science Review*, 91(3), 567–583. <https://doi.org/10.2307/2952075>
- OECD (n.d.). *Climate change: Consequences of inaction*. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://bit.ly/31Pm9LD>
- Oreskes, N., & Conway, E. M. (2011). *Merchants of Doubt*. Bloomsbury Publishing.
- Pelsler, B. (2021). *World Climate Declaration*. CLINTEL. <https://bit.ly/3sldP11>

- Piltz, R. (2008). 'The Denial Machine'. *Index on Censorship*, 37(4), 72–81. <https://doi.org/10.1080/03064220802561366>
- Plehwe, D. (2014). Think tank networks and the knowledge–interest nexus: The case of climate change. *Critical Policy Studies*, 8(1), 101–115. <https://doi.org/10.1080/19460171.2014.883859>
- Plehwe, D. (2021). Think tanks and the politics of climate change. In D. Abelson & C. Rastrick (Eds.) *Handbook on Think Tanks in Public Policy*, (pp. 150–165). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789901849.00022>
- Van der Wel, R. (2019). Strategies of climate change denial: The case of Thierry Baudet. *MaRBL*, 1, 1–16. <https://doi.org/10.26481/marble.2019.v1.750>

### About the author

**Mayte Moreno-Soldevila** is a researcher with an intersectional approach who is currently furthering her studies in both the research Master in Arts, Media and Literary Studies at the University of Groningen, and a Psychology degree at the Spanish Universidad Nacional de Educación a Distancia. Moreover, she recently taught the bachelor course Intersectionality and Superdiversity at the University of Groningen as part of the Minorities and Multilingualism program. With a particular interest in Feminist & Gender Theory, Post-colonialist Studies, Migration Studies and Environmental Studies, her research and academic profile aims to offer a deeper understanding of the intersections between various societal issues.



## La trampa de la incidencia: el caso del activismo juvenil ecologista en Catalunya

*The Advocacy Trap: the case of youth ecologist activism in Catalunya*

**Ariadna Romans i Torrent**

Universidad Pompeu Fabra | Carrer de Ramon Trias Fargas, 25, 27, 08005 Barcelona | España | <https://orcid.org/0000-0002-7095-5852> | [ariadna2402@gmail.com](mailto:ariadna2402@gmail.com)

**Fechas | Recepción: 27/09/2021 | Aceptación: 14/12/2021**

### Resumen

Los movimientos juveniles ecologistas han tomado una deriva diferente en los últimos años, sobre todo después de la aparición de la joven activista Greta Thunberg. La pandemia del coronavirus y su posterior crisis, junto al fenómeno de la digitalización están contribuyendo a la formación de una nueva tendencia dentro del activismo, que algunos autores han definido como nuevos movimientos sociales, NMS (von Kardorff, 2019). Este nuevo tipo de activismo (y también otros movimientos sociales) topa con un reto que es conocido como la trampa de la incidencia, que es la situación donde los jóvenes activistas ecologistas se encuentran con sentimientos de frustración, decepción o desesperación ante su incapacidad de trasladar de forma directa sus demandas a las instituciones que, o bien no las toman en serio, o bien las utilizan para propósitos distintos de los reclamados por parte de los activistas. La trampa puede resultar en reacciones como el abandono del activismo por parte de los jóvenes o el agotamiento de los movimientos. Este artículo tiene tres ambiciones. En primer lugar, esbozar las principales claves de este nuevo activismo juvenil ecologista. En segundo lugar, presentar el principal reto con el que se encuentra en el momento presente, que este artículo ha descrito como “la trampa de la

### Abstract

*The environmental youth movements have taken a different drift in recent years, especially after the emergence of the young activist Greta Thunberg. The coronavirus pandemic and its subsequent crisis, together with the phenomenon of digitization, are contributing to the formation of a new trend within activism, which many have defined as new social movements, NMS (von Kardorff, 2019). This new type of activism (and also other social movements) runs up against a challenge that is known as the advocacy trap, which is the situation where young environmental activists run into feelings of frustration, disappointment or despair at their inability to move from directly shape their demands to institutions that either do not take their demands seriously or use them for purposes other than those claimed by activists. The trap can result in reactions such as the abandonment of activism by young people or the exhaustion of movements. This article has three ambitions. First, outline the main keys to this new environmental youth activism. Second, present the main challenge you are facing right now, which this article has described as the advocacy trap. Third, empirically demonstrate from a set of semi-structured interviews the effects of this advocacy trap on environmental youth activism, focusing on the main consequences it has on the*

incidencia". En tercer lugar, demostrar empíricamente a partir de un conjunto de entrevistas semiestructuradas los efectos de esta "trampa de la incidencia" en el activismo juvenil ecologista catalán, centrándose las principales consecuencias que tiene sobre el estado emocional de sus integrantes.

**Palabras clave:** activismo, juventud, ecologismo, incidencia, frustración.

*emotional state of its members.*

**Keywords:** *activism, youth, ecologism, advocacy, frustration.*

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de la Revolución Industrial el mundo ha sufrido los efectos de una transformación radical en cada aspecto de la política, la sociedad y el sistema económico. A través de estos cambios han surgido movimientos antisistema de protesta e incidencia que han querido transformar este nuevo sistema en otro más justo. Por esta razón, movimientos como el movimiento laborista, las luchas por los derechos civiles o los movimientos ecologistas han emergido desde el siglo XIX para impulsar este cambio de paradigma. Durante el siglo XX numerosos grupos organizados desde los márgenes del sistema han dirigido sus causas a romper la mercantilización de la vida. Las calles han sido uno de los pocos espacios que ha sobrevivido este proceso de mercantilización total, deviniendo uno de los espacios más libres de nuestras sociedades donde los activistas han centrado gran parte de sus acciones. Los cambios esperados en las campañas y repertorios han estado teniendo lugar, con toda probabilidad, desde el final del siglo veinte (Tilly, 2006). Sin embargo, con el nuevo escenario digital, hemos visto el inicio de una nueva forma de activismo.

Si el siglo XIX fue el siglo de la lucha por las condiciones laborales y el siglo XX el de la lucha por los derechos personales y sociales, el siglo XXI será el siglo para el bienestar planetario. Este nuevo siglo se presenta como una intersección de las dos anteriores luchas, donde los derechos laborales y sociales se unen para luchar por otra causa mayor: la lucha contra el cambio climático. La creciente conciencia sobre el cambio climático genera una gran oportunidad para que el activismo juvenil recupere su espacio y presencia en la arena pública. Después de las Primaveras Árabes y el fenómeno Greta Thunberg (Díaz Pérez, 2020), sumado al impacto en nuestras vidas de la crisis del coronavirus, el activismo juvenil, y especialmente el activismo juvenil ecologista, ha reorientado su estrategia para continuar aunando sus luchas y causas sociales. Las nuevas formas de este nuevo tipo de activismo ya llevan años consolidándose. La pandemia del coronavirus y su posterior crisis, sin embargo, abre algunas nuevas posibilidades en el camino.

Recientemente, tendencias de la globalización como el acceso a internet o los vuelos *low cost*, así como la importancia de la lucha contra el cambio climático han propiciado lo que se conoce como nuevos movimientos sociales (NMS) (von Kardorff, 2019). En alguna ocasión, como en el caso de Juris (2012), también se ha hablado de novísimos movimientos sociales para hacer referencia a estos característicos movimientos sociales. Estos movimientos, que se explicarán más adelante, son la nueva oleada de movimientos ambientales que, con nuevas herramientas tecnológicas y con nuevos valores sociales y colectivos, han iniciado un nuevo tipo de protesta civil en los últimos años. Este trabajo sigue una línea de estudios sobre activismo

medioambiental (p.ej.: Demaria *et al.*, 2013; Keck y Sikkink, 2014; Kirshner, 2015; O'Brien *et al.*, 2018; Jenkins *et al.*, 2018; Ospina Peralta *et al.*, 2019; Kühne, 2019; Hernández-Ballesteros, 2020; Noguera, Cammarota y Ginwright, 2013), que conforma el marco teórico-conceptual en el que se ha realizado esta investigación.

Este artículo tiene tres objetivos. En primer lugar, esbozar las principales claves de este nuevo activismo juvenil ecologista. En segundo lugar, presentar el principal reto con el que se encuentra en el momento presente, que este artículo ha descrito como “la trampa de la incidencia”. En tercer lugar, analizar empíricamente a partir de un conjunto de entrevistas semiestructuradas los efectos de esta “trampa de la incidencia” en el activismo juvenil ecologista, centrándose las principales consecuencias que tiene sobre el estado emocional de sus integrantes.

## 2. REVISIÓN TEÓRICA Y ANÁLISIS DE SITUACIÓN

Si bien los movimientos verdes emergieron en su gran mayoría en la segunda mitad del siglo XX, en los años recientes han vuelto a emerger por diferentes razones, entre ellas la aparición de la activista Greta Thunberg, en un formato renovado impulsado mayoritariamente por la conocida como Generación Z. Su conciencia por la emergencia climática y el peligro de la pérdida de biodiversidad que está sufriendo el planeta, sumado a el hecho de ser nativos digitales, han conformado la naturaleza de un movimiento centrado en resolver la relación nociva entre humanidad y naturaleza.

La generación Z ha crecido en una época de inseguridad en el ámbito laboral y de crisis económica, lo cual los ha forzado a ser autosuficientes y autodidactas. Además, se trata de individuos que, en las sociedades occidentales, han sido educados en la igualdad y la diversidad racial y cultural, propiciando una mayor implicación en temas como los derechos humanos, la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Esto ha derivado en ser una generación con una mayor tasa de activismo social (Díaz Pérez *et al.*, 2021).

Los llamados *centennials* o generación Z son los jóvenes que han nacido con esta percepción. Nacidos entre 1997 y 2012, se caracterizan por varias cuestiones, pero sobre todo por su audacia, su efectividad y simpleza en los mensajes que ha logrado cautivar a los más grandes sectores políticos, empresariales y sociales (Sabherwal *et al.*, 2021). La emergencia climática una de las principales preocupaciones a futuro de la ciudadanía global. En sondeos de People's Climate Vote 2021 (Flynn *et al.*, 2021), una de las encuestas climáticas más grandes realizadas hasta la fecha, el 64% reconoce el cambio climático como una emergencia global.

Este movimiento experimentó un crecimiento sin precedentes en el año 2019 con la aparición de la activista Greta Thunberg y el nacimiento de Fridays for Future (Wahlström *et al.*, (2019). Según los datos de Wallis y Loy (2021), la participación acumulada a nivel mundial en este movimiento en 2019 fue de 12,8 millones de personas, 2,3 de las cuales participaron en manifestaciones en el mes de marzo y 7,3 millones durante la semana de la huelga climática del mes de septiembre alrededor de la Cumbre para la Acción Climática celebrada en Nueva York, y 1,2 millones en la Marcha por el Clima con motivo de la COP25 en diciembre de 2020 en Madrid (Díaz Pérez, 2020).

Un aspecto importante de estos activistas es que, a diferencia de los movimientos sociales anteriores, este está liderado por personas muy jóvenes. La llamada generación Z es la que

está liderando este nuevo camino, y parece ser provocada por la sensación de urgencia por mitigar el cambio climático. Como afirmó la socióloga de la Universidad de Maryland, Dana Fisher, en la revista *Nature* (2019): “Los jóvenes están recibiendo tanta atención que atrae a más jóvenes al movimiento”. Tyrone Scott, encargado de campañas de Young Greens, la rama estudiantil y juvenil del Green Party del Reino Unido, explica en una entrevista que:

Como (activista) verde, el mundo puede parecer un lugar muy sombrío en este momento, pero debemos tener en cuenta que la revolución comienza ahora. Continuaremos saliendo a las calles, ya sea como parte de las Huelgas Escolares por el Clima, Extinction Rebellion o como el Partido Verde, y no descansaremos hasta que los líderes mundiales se comprometan a tomar medidas decisivas para hacer frente a esta emergencia climática global. (Scott, 2020)

A continuación, se presentan algunas de las características más definitorias de estos nuevos movimientos sociales:

- a. **Marcos conceptuales.** Según Díaz Pérez (2020), la activista Greta Thunberg ha propiciado la construcción de un marco y una identidad compartida entre los miembros de Fridays for Future en el cual el agravio es el futuro en riesgo, el “nosotros” es la juventud del planeta con la ayuda de la comunidad científica, “los otros” son los líderes políticos del presente y sus aliados en los medios de comunicación tradicionales, el mal a combatir sería la dependencia del petróleo y los combustibles fósiles y la estrategia del movimiento consistiría en hacer huelgas y manifestaciones masivas hasta conseguir que los gobiernos del planeta se comprometan con el cumplimiento de los Acuerdos de París. El desarrollo de marcos conceptuales en torno al movimiento Fridays for Future ha sido especialmente relevante a nivel comunicativo, dada la carencia de encuadres que tradicionalmente ha afectado a los movimientos sociales en defensa del medioambiente (Lakoff, 2010). Los medios de comunicación y las redes sociales se conforman en su imaginario como una herramienta, a veces a favor de los otros o a veces sus aliados.
- b. **El mensaje.** Existe un mensaje compartido dentro del ecosistema de los movimientos sociales ecologistas: los líderes mundiales están poniendo en riesgo nuestro futuro, pasan a formar parte de la identidad colectiva y los marcos compartidos por los activistas (Díaz Pérez *et al.*, 2021). El discurso de este grupo de activistas se centra en un discurso emocional, con la esperanza como principal emoción activadora, complementada con la rabia o resentimiento hacia aquellos que tienen la culpa de la crisis climática (las grandes corporaciones y las organizaciones como las Naciones Unidas o la Unión Europea), y sus cómplices: los medios de comunicación tradicionales. En general, las reivindicaciones del colectivo están dirigidas a promover cambios profundos, esto es, “no solo políticas públicas a favor del medio ambiente sino cambios culturales de fondo que logren transformar las sociedades” (Paz, 2021).
- c. **Perfil de los activistas.** Los miembros de estos nuevos movimientos sociales son de ideología progresista (ecologistas, feministas, antirracistas) y muestran su compromiso con causas de justicia social y climática (Díaz Pérez, 2020). Como jóvenes, la mayoría tienen entre 16 y 25 años, aunque pueden encontrar apoyos y activos importantes entre activistas de otras generaciones. Con respecto al género, las mujeres son más proclives a participar con asiduidad en protestas como las de Fridays for Future (Noth y Tonzer, 2022).

Según Adam y Kriesi (2007), la conflictividad y las estrategias represivas del Estado se relacionan con tasas de participación menores, mientras que los niveles de libertad y paz social las maximizan. Los jóvenes están utilizando sus herramientas en la formación y la educación de alto nivel no solo para acceder al conocimiento, sino también para implementarlo en sus rutinas diarias o causas activistas. Estos paradigmas innovadores ofrecen muchas oportunidades para convertirse en activista no solo en el tiempo libre, sino también como parte de sus carreras. Además, no solo están utilizando la educación para mejorar su activismo y capacidad de impacto, sino también para empoderar a otras personas en el proceso, lo que la convierte en una herramienta realmente importante para una solidaridad creciente (Scott, 2020).

- d. **El colectivo.** Este grupo hace un llamamiento hacia la solidaridad, ligada a la identidad colectiva y lejos de la llamada *me, me, me generation* (generación yo, yo, yo) que caracterizó a los *millennials*. Como explica Alberto Melucci (1996), la identidad colectiva es la que dota de sentido a la participación y ayuda a entender la unidad de acción y el potencial de movilización cuando un movimiento adquiere visibilidad pública. Según Klandermans (2004) las conexiones sociales contribuyen a prolongar la continuidad de los activistas en el movimiento.
- e. **Sin líderes.** Estos movimientos evitan liderazgos ultrapersonalizados o en forma de grandes héroes. Nombres como Greta Thunberg o Vanessa Nakate aparecen más como un ejemplo a seguir, una voz inspiradora, que un liderazgo fuerte del movimiento. El nuevo activismo es cada día más consciente de que no hay necesidad de una organización o movimiento único para generar un cambio social, y que sus esfuerzos pueden pasar desapercibidos. Lo que realmente cuenta es la suma de todos los intentos individuales de justicia climática.
- f. **La forma de protesta.** La estrategia de los nuevos movimientos sociales se centra, principalmente, en dos grandes espacios: las calles y las redes sociales (Díaz Pérez *et al.*, 2021). Si bien es cierto que existen otros métodos que utilizan a menudo, como la reunión con representantes políticos u organizaciones gubernamentales o administrativas para hacer presión para conseguir sus demandas, las manifestaciones y las redes son sus dos espacios de mayor poder, donde son más capaces de trasladar sus demandas y ambiciones. La psicología de la protesta distingue tres motivos distintos para pasar a la acción: la acción instrumental, que tiene la intención de influir en el ambiente político y social; la acción identitaria, motivada por la identificación con el grupo; y la ideológica, que buscaría expresar sus puntos de vista sobre una situación (Della Porta y Diani, 2015). La adecuación de las acciones con las preferencias de los grupos muestra que las manifestaciones y las huelgas son algunas de las maneras preferidas por parte de los jóvenes activistas, que se han promovido mayoritariamente durante los últimos años, pero con la pandemia de la COVID-19 el espacio digital ha tenido que ganar mayor presencia, y esto podría alterar la tendencia de los próximos años.
- g. **El espacio digital.** Las nuevas plataformas virtuales han permitido a grandes organizaciones no solamente la capacidad de conectar con una audiencia global, sino también de dar testimonio de lo ocurrido, generar conciencia con campañas virtuales de concienciación o presión a gobiernos y transnacionales, así como generar espacios de

debate en línea para el intercambio de prácticas, ideas y contraste de iniciativas y propuestas. Especialmente las redes sociales se han mostrado como una herramienta valiosa en términos de organización y alianzas a nivel global. Existen grandes retos aún en el mundo digital, como el cibercrimen, la infodemia, los debates como los límites de la privacidad y el poder creciente de las grandes compañías tecnológicas, que tienen efectos cada vez más directos en nuestras vidas. Sin embargo, el número de seguidores en Twitter, Facebook e Instagram tienen una correlación positiva y significativa con la movilización, siendo Instagram la red social que mayor participación propicia entre los nuevos movimientos sociales (Díaz Pérez *et al.*, 2021). En el caso de España no encontramos un origen tan participativo como en otros estados, a lo que se suma un carácter menos individualista y más organizacional en Twitter frente al movimiento matriz (Rivas-de-Roca, 2020). Los resultados de Soler i Martí, Ferrer-Pons y Terren (2021) sugieren una relación estrecha y de refuerzo mutuo entre el activismo *online* y *offline*, con picos de actividad e interacciones en Twitter que generalmente giran en torno a acciones de protesta en la calle. Las nuevas tecnologías propician la implicación de actores dispersos geográficamente y permiten responder a problemas transnacionales con un rápido repertorio de contención (Díaz Pérez, 2020). Además, reducir la dependencia de los medios de comunicación tradicionales que en muchas veces ignoran las actividades de los activistas o amplifican las narrativas de sus adversarios se ve como un activo a favor de sus causas. Pese a ello, el activismo juvenil ecologista ha conseguido influir con sus protestas y demandas la cobertura informativa de los medios tradicionales, como ocurrió con las principales televisiones españolas durante la Semana de Acción Climática de 2019 (Teso-Alonso, 2021).

- h. **La crisis de la pandemia de la COVID-19.** La pandemia de la COVID y su posterior crisis abren algunas posibilidades en los movimientos sociales juveniles de los recientes años. La nueva alarma de la pandemia no solamente es una evidencia más de la emergencia climática, también representa la entrada en escena de una nueva área: la digital. En las sociedades prepandémicas la información ha sido un elemento claro para entender y ejercer el poder social de los movimientos ecologistas. El impacto de la pandemia alrededor del planeta forzó a la mayoría de los países a adaptarse y tomar medidas drásticas para frenar el avance del virus y mitigar sus impactos en la economía y sociedad. A nivel comunicativo, esta crisis sanitaria desplazó otros asuntos de la agenda informativa, como el cambio climático, y las movilizaciones ciudadanas perdieron en 2020 el protagonismo que tuvieron en 2019 (Fernández-Reyes, 2021). Gracias a la estrategia del #ClimateStrike, el movimiento consiguió mantener una actividad constante en redes sociales, aunque en términos absolutos los números de participación tanto *offline* como *online* bajaron cuantiosamente durante abril y septiembre (Díaz Pérez, 2020).

En conclusión, y como muestra Díaz Pérez (2020), existe una alta y significativa correlación positiva entre las tasas de escolarización, el PIB y el acceso a internet con el porcentaje de población movilizada. Las características de estos nuevos movimientos sociales no solamente están conformando un nuevo grupo activista con grandes diferencias respecto a generaciones anteriores, también están conformando un modo de vida nuevo que concilia el activismo con las prácticas diarias de cada uno de sus individuos. En unos años quizás veamos cómo estas características revierten en prácticas sociales consolidadas.

### 3. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

Con la aparición de algunos líderes como Greta Thunberg, la famosa activista de Suecia, parecía que, por primera vez en mucho tiempo, los adultos escuchaban las demandas de sus jóvenes. Por ejemplo, el secretario general de la ONU, António Guterres, ha respaldado las huelgas escolares, afirmando que: “Mi generación ha fallado en gran medida hasta ahora para preservar tanto la justicia en el mundo como para preservar el planeta. Tengo nietas y quiero que vivan en un planeta habitable. Mi generación tiene una gran responsabilidad; y es su generación la que debe hacernos responsables para asegurarnos de no traicionar el futuro de la humanidad” (Naciones Unidas, 2019). Sin embargo, ¿realmente se escuchan las demandas de estos nuevos movimientos sociales, o es solo parte de una estrategia de lavado verde para alcanzar el interés de los más jóvenes? En este escenario, ¿qué deberían hacer los jóvenes activistas? ¿Frenar sus demandas y bloquear su posible instrumentalización de los organismos internacionales? O, por el contrario, ¿utilizar esta instrumentalización para lograr mejor sus objetivos?

El origen del término *advocacy trap* se encuentra en el sindicalismo en artículos como *The Advocacy Trap: when legitimacy building inhibits organizational learning* (Zuzul & Edmonson, 2017) o *The Advocacy Trap: Transnational Activism and State Power in China* (Noakes, 2017). Sin embargo, para este artículo se ha definido el término de la *trampa de la incidencia* (traducción del inglés *advocacy trap*) de la forma siguiente:

La trampa de la incidencia es aquella situación donde los jóvenes activistas ecologistas topan con sentimientos de frustración, decepción o desesperación ante su incapacidad de trasladar de forma directa sus demandas a las instituciones que, o bien no toman en serio sus demandas, o bien las utilizan para propósitos distintos de los reclamados por parte de los activistas. La trampa puede resultar en reacciones como el abandono del activismo por parte de los jóvenes o el agotamiento de los movimientos.

Esta trampa, por tanto, consiste en una constante sensación de desesperanza en el corto plazo, que lleva a consecuencias como la pérdida de fe en conseguir trasladar sus propuestas a instituciones o modelar las ambiciones empresariales, conseguir cambios para el bienestar de la comunidad o proteger la biodiversidad ante sus amenazas naturales, pero sobre todo humanas. De esta misma forma, la trampa puede revertir en un impulso positivo en el largo plazo, y servir como impulso de un activismo más fuerte, más preparado y con más recursos y herramientas para enfrentar situaciones de *greenwashing*, utilización de demandas para fines contradictorios o insistencia en lo propuesto por parte del movimiento social.

### 4. CASO DE ESTUDIO

Para reforzar las tendencias anteriormente revisadas, este estudio se propone analizar mediante una pequeña muestra si la trampa de la incidencia es una situación que afecta a los jóvenes activistas ecologistas en Catalunya. Para este artículo se han realizado una serie de entrevistas con el fin de demostrar si esta situación se percibe por parte del cuerpo activista.

Para comprender las seis entrevistas realizadas a activistas ecologistas de Catalunya hay que tener en cuenta tres cuestiones. En primer lugar, la dificultad que existe al contabilizar los miembros activos de un movimiento. Algunos se encuentran registrados en grupo u organización, pero otros participan de manera más informal, asistiendo a manifestaciones o

participando en campañas globales o locales. En segundo lugar, es importante destacar que el tiempo y el nivel de desarrollo de conocimientos y capacidades técnicas de la investigadora han presentado una limitación para la investigación. En tercer lugar, cabe destacar que el propósito de este artículo no es elaborar un estudio sobre las características de los jóvenes activistas ecologistas de Catalunya, sino demostrar si la trampa de la incidencia les afecta y existe en sus grupos organizados. Por esta razón, el artículo pretende ser una apertura a una línea de investigación más amplia. Para las entrevistas se han elegido seis activistas con características paritarias de género y con balance de edad, raza, movimiento, educación, lugar de origen y residencia. A continuación, se detallan las características de la muestra por participantes:

- Anna. 20 años, mujer cis caucásica. Milita en Joves Ecosocialistes, Catalunya En Comú y Barcelona en Comú y está cursando un grado universitario tras realizar un grado superior. Originaria y residente de Barcelona.
- Bruna. 20 años, mujer cis caucásica. Milita en Joves Ecosocialistes y está cursando un grado superior de música. Originaria y residente de Barcelona.
- Dan. 22 años, hombre cis caucásico/hispano. Milita en Fridays for Future y es Ingeniero de Materiales. Nació en Barcelona y vive en Alella (Maresme).
- Giovanni. 18 años, hombre cis malai. Milita en Fridays for Future Tarragona. Es originario de Filipinas y reside en Tarragona.
- Lucas. 19 años, hombre cis, caucásico. Milita en Joves Ecosocialistes y está cursando un doble grado en Derecho y Ciencia Política en la Universitat Autònoma de Barcelona. Originario y residente de Sitges (Barcelona).
- Nessa. 24 años, mujer trans, caucásica. Milita en Sororitrans y luchas ecologistas y del colectivo LGBTI. Tiene estudios de máster en Derecho Internacional. Originaria de Alpicat residiendo en Barcelona.

Para inferir si estas personas activistas han experimentado la *trampa de la incidencia*, se ha elegido la técnica de la entrevista semiestructurada. La razón por la que se ha acudido a esta técnica es por la voluntad de extraer información cualitativa centrada en la percepción individual de los activistas, no en los datos más estadísticos que podrían habernos dado encuestas u otros métodos cuantitativos. Esta investigación busca explorar los efectos de la trampa de la incidencia en los jóvenes activistas ecologistas de Catalunya, para comprender cómo les afecta a nivel individual y de grupo, y los sentimientos que derivan de esta propuesta conceptual. Este análisis preliminar quiere servir como base para futuras investigaciones al respecto.

Para la entrevista semiestructurada se han elaborado seis preguntas iniciales, acompañadas por una intervención inicial donde se explica la trampa de la incidencia a los activistas, para llegar a las conclusiones que se mostrarán en el capítulo siguiente. La Tabla 1 recoge este cuestionario.

**Tabla 1**  
*Cuestionario utilizado para las entrevistas semiestructuradas*

Número de la pregunta	Texto de la pregunta
Introducción (explicación del concepto de la trampa de la incidencia)	Situación donde los jóvenes activistas ecologistas topan con sentimientos de frustración, decepción o desesperación ante su incapacidad de trasladar de forma directa sus demandas a las instituciones que, o bien no toman en serio sus demandas, o bien las utilizan para propósitos distintos de los reclamados por parte de los activistas. La trampa puede resultar en reacciones como el abandono del activismo por parte de los jóvenes o el agotamiento de los movimientos.
Pregunta 1	¿Cuál es el mayor reto, según tu opinión, del activismo juvenil ecologista en Catalunya? ¿Cuáles crees que son sus principales causas?
Pregunta 2	Como activista, ¿has sentido en alguna ocasión una situación similar a la trampa de la incidencia?
Pregunta 3	¿Cómo te sientes cuando esta situación sucede? ¿Cuál es tu sentimiento dominante?
Pregunta 4	¿Crees que tus compañerxs comparten este sentimiento? ¿Crees que es una cuestión de cómo son las personas o que es un sentimiento generalizado?
Pregunta 5	¿Cuándo te encuentras en esta situación, ¿cómo reaccionas? ¿Qué haces y qué no haces? ¿Te gustaría actuar de un modo distinto, pero no lo haces por algún motivo?
Pregunta 6	¿Crees que esta situación podría revertirse? ¿Qué sería necesario para que esto ocurriera?

Una vez realizadas las entrevistas se contrastaron sus resultados de forma comparada, y se extrajeron las conclusiones que se pueden leer en el siguiente apartado.

## 5. RESULTADOS

Las entrevistas a los jóvenes activistas ecologistas brindaron luz a algunas de las cuestiones contempladas en la definición de la trampa de la incidencia. Este apartado recoge algunas de las más relevantes.

En primer lugar, encontramos que todas las activistas<sup>1</sup> han manifestado vivir o haber vivido una situación similar a la trampa de la incidencia. En particular, Anna expone que ella ha vivido la trampa en diferentes partes, pero con la pandemia sus efectos han aumentado por la falta de contacto y el aumento de la dificultad de organizarse, hecho que le causó una total incapacidad de trasladar sus demandas. Dan afirma que cree que existe la trampa de la incidencia, pero que no cree que sea un problema exógeno del sistema, sino que estaría presente en todas las instituciones capitalistas. Para este, el techo se representa en la dificultad de incidir en la manera como se hacen las cosas, donde no solo las demandas cuestan de ser trasladadas por su naturaleza, sino que también es difícil la interacción con aquellos sectores o personas representantes de ellas, con poca disposición al cambio. Algunos optimistas apuntan que el movimiento ecologista tiene una fuerza impulsora del cambio, puesto que está respaldada por la ciencia y por los grandes convenios internacionales. Sin

<sup>1</sup> En la exposición de resultados se ha alternado el uso del masculino y el femenino como genéricos para promover un uso inclusivo del lenguaje lo más respetuoso posible al hacer referencia a las personas entrevistadas.

embargo, otros se desesperan ante la falta de acción por la falta de tiempo. Las causas de ello radican, según Giovanni, en el distanciamiento que existe entre instituciones y gobernantes. “Entre instituciones y activismo existe mucha distancia, y se nota sobre todo en las demandas y reivindicaciones. Por parte de los activistas, se ciñen al reglamento y desde las administraciones públicas llegan distorsionadas e, incluso cuando se pueden transformar en medidas, resultan insuficientes o escasas”, explica el entrevistado.

Cuando evalúan el escenario con el que se encuentra el activismo ecologista en Catalunya, la mayoría valora que los principales retos son, de un lado, organizacionales y, de otro, de sistema. Anna, por ejemplo, destaca la necesidad de formar redes y centralizar las demandas. Una mayor coordinación y diálogo entre las organizaciones podría ayudar a trasladar de una forma más efectiva y potente los mensajes y demandas que muchos colectivos ya comparten. “Tenemos que hacer pedagogía y a la vez ser altavoz”, expone Anna. Por otro lado, Lucas señala que, por la tradición del movimiento, uno de los mayores desafíos es relacionar la causa climática con los demás retos, como el clasismo o el racismo persistente en nuestras sociedades. En este sentido, la mayoría de las activistas coincidieron en la falta de medidas y compromiso para canalizar las demandas de colectivos sociales a las propuestas legislativas o procedimientos públicos. “No caer en consignas y salir del mensaje posmoderno” es lo que Bruna considera más relevante, donde afirma que, si bien los eslóganes bien pensados y populares pueden ayudar a concienciar y sumar personas al movimiento, las demandas deben ir más allá y transformarse en contrapropuestas y acciones más contundentes.

En cuanto a las emociones, la mayoría de las activistas afirmaron sentir frustración, impotencia, cansancio e inutilidad, entre otras. Todas ellas son de carácter negativo o pesimista, que conducen a pensar que su estado de ánimo se puede ver debilitado por estas barreras sentimentales. Haría falta una futura investigación para abordar la posible correlación existente entre el activismo juvenil ecologista en Catalunya y sus efectos emocionales en la continuidad del movimiento.

Cuando se les preguntó por los casos o ejemplos en los que consideran que se da la trampa de la incidencia, sorprendió encontrar una gran diversidad de situaciones. Desde reuniones con *policy makers*, a manifestaciones en las calles o movilizaciones masivas, fueron apuntadas como situaciones que, cuando encontraban barreras u obstáculos por parte de la administración o las instituciones, incluso por parte de grupos reaccionarios al movimiento ecologista, les producían todas estas emociones de frustración, insatisfacción, cansancio e inutilidad.

Un dato revelador es la sensación de desgaste o agotamiento que todas las participantes apuntaron, donde la trampa de la incidencia les afecta negativamente a su predisposición a seguir con su activismo ecologista. Muchas de las activistas han mostrado el desgaste personal que supone la lucha constante, el hacer del activismo un modo de vida o una campaña permanente y cómo, en caso de fracaso, es fácil asumir la derrota como un hecho personal. Para ello, existen dos reacciones muy marcadas: encontrar apoyo en el grupo, compartiendo la experiencia con los demás miembros, buscando apoyo en compartir y valorar conjuntamente lo que ha fallado y cómo se puede mejorar de cara a futuras situaciones; o evadirse, distanciarse un poco del activismo durante un corto período de tiempo para poder evaluar con perspectiva lo que ha pasado y aprender de ello. Es llamativa la gran presión a la que se

someten las personas entrevistadas, hecho que pudiera ser debido a una tendencia de las personas autoexigentes o muy perfeccionistas a participar más de entornos activistas.

La reacción o consecuencia de esta situación de frustración es la evaluación. Todos los activistas han afirmado que este paso es siempre un factor clave para procesar la emoción, bien sea en grupo o individualmente, en el mismo momento en que sucede o al cabo de unas semanas. Por ejemplo, Anna explica: “No es muy activista, pero prefiero dar un paso atrás, mirarlo desde fuera y decir: vamos a ver qué ha pasado, vamos a ver qué hay y mirarlo con perspectiva. Si no está funcionando intento salir para volver a entrar”. En cambio, otras como Bruna intentan repetir la tarea de otra forma, para no darse por rendida antes de explorar todas las posibles estrategias. Para Nessa, es imprescindible tomar distancia con el resultado a partir del tiempo. El recurso de Lucas surge del colectivo, donde se apoya en consejos y palabras de su entorno para reconducir su visión y “volver a colocar aquello que ha sido rechazado o por lo que no me han hecho caso en las instituciones”. Por último, Dan explica cómo finalmente continúa siempre contribuyendo por su creencia en la causa y su sentido de responsabilidad de parar lo que es inevitable que nos afecte a todas (el cambio climático). Si bien por un lado lo pasa mal con malas noticias que le quitan ganas y energía, hecho que le provoca tristeza, también se reconforta en lo logrado hasta el momento y las cuestiones más personales del activismo, como las amistades.

Finalmente, en la pregunta sobre la posibilidad de revertir la trampa de la incidencia o eliminarla, las personas entrevistadas se mostraron especialmente escépticas. Algunos apuntaron a la muy difícil probabilidad de un cambio de paradigma, debido a lo consolidadas que se encuentran la mayoría de las instituciones del *statu quo*. Anna, por ejemplo, explica que, según ella, esta situación forma parte de un sistema que nunca se revertirá porque la pirámide de poder siempre estará de la misma forma. Nessa explica que ve muy difícil la desaparición de la trampa debido al reto sistémico que supone, y remarca sobre todo el hecho de que son unas demandas que no son nuevas, y hace muchos años que se ignoran institucionalmente. Otros, como Dan, apuntan a que, si el movimiento deviene mayoritario, existe una posibilidad, aunque baja, de conseguirlo. Para Lucas, la solución se encuentra en el “entrismo” (estrategia de los movimientos sociales para “entrar” en las instituciones para defender desde allí sus causas activistas) y la institucionalización, jugando con o en el sistema para introducir las demandas en la agenda. También hay voces optimistas, como las de Bruna y Giovanni, quienes coinciden en que la capacidad de dialogar y cambiar la forma en la que las personas piensan puede ofrecer, si no un cambio general de paradigma, avances hacia un sistema más participativo, abierto y dispuesto a escuchar.

## 6. CONCLUSIÓN

El activismo juvenil ecologista de hoy parece estar vinculado a una cosmovisión más amplia, solidaria y a un conjunto de valores ligados a la idea de igualdad para la prosperidad, lejos del enfoque individualista de anteriores movimientos sociales, construido en torno a la figura de un líder u organización individual. A pesar de que esto aparece como un factor o punto aleatorio en la evolución de los nuevos movimientos sociales (NMS), sus efectos podrían ser mayores de lo que esperamos.

La ruptura con la dinámica individualista del sistema político, económico y social que gobierna el mundo de hoy representa otro factor de ruptura con la dinámica consolidada del

capitalismo. La aparición de jóvenes más centrados en el propósito de sus acciones que no en aparecer en la portada de un periódico o tener un eco personal, lejos del deseo de encarnar en su persona todo un movimiento, representan un gran avance en materia de activismo y contribuyen a la creación de nuevas dinámicas más plurales, inclusivas y orientadas a la prosperidad colectiva (Díaz Pérez *et al.*, 2021).

En este artículo se han analizado cualitativamente los efectos que la “trampa de la incidencia” tiene sobre los jóvenes activistas ecologistas de Catalunya. El artículo recoge cómo los activistas se encuentran con sentimientos de frustración, decepción y desesperación ante la incapacidad de trasladar de forma directa sus demandas a las instituciones, y cómo esto tiene a su vez consecuencias indeseadas como la pérdida de fe en la lucha del movimiento, la posibilidad de cambio o el sistema en general. Entre las seis activistas encuestadas, se han mostrado los efectos cualitativos que tiene la trampa de la incidencia en el día a día del activismo juvenil ecologista de los llamados nuevos movimientos sociales: la frustración, desesperación o impotencia que produce la trampa generan un desgaste personal y emocional de los activistas que, si bien a algunos casos les puede servir como una forma de mejorar o reconducir las estrategias, puede derivar en el abandono del movimiento o del activismo temporal o definitivamente.

El objetivo de esta investigación no reside en demostrar la existencia de la trampa de la incidencia a gran escala, sino en explorar la utilidad de esta definición para indagar en los efectos que tienen los bloqueos u obstáculos del sistema ante la transición de las demandas entre la sociedad civil y las instituciones sobre los jóvenes activistas. Este análisis se limita al ámbito de Catalunya, futuros estudios pueden expandirse a otros contextos y utilizando otras técnicas. Es importante destacar que, por la falta de recursos, este artículo sólo ha podido centrarse en una pequeña muestra y tiene carácter preliminar, pero que una investigación similar podría replicarse con una muestra más grande o en un formato que permitiera establecer comparaciones entre regiones o países.

También se abre la puerta a una futura investigación más en detalle de las causas de estos obstáculos, así como una propuesta de mejoras para que la trampa de la incidencia se reduzca o desaparezca en el activismo juvenil ecologista. Algunas de las líneas de investigación que derivan del caso estudiado serían matizar el fenómeno de la trampa de la incidencia en territorios donde jóvenes sufren las consecuencias más directas del cambio climático, por ejemplo, del sur global donde existen zonas de sacrificio, asesinatos a líderes y activistas socioambientales, extractivismo y efectos severos del cambio climático, entre otros. La intención de seguir la investigación comparando este fenómeno en otros países, e incluir el enfoque decolonial en el rol de activista socioambiental o socioecológico europeo y occidental está presente en este primer análisis.

Los movimientos sociales supusieron un cambio en la visibilización de la crisis climática en los años anteriores a la pandemia. El activismo es fundamental para poner el problema climático en las agendas mediática y política. La trampa de la incidencia puede ser una barrera en el desarrollo de estos movimientos tan necesarios en un contexto de crisis climática. Así, superar la trampa de la incidencia puede ser un avance hacia una gobernanza más participativa, más conectada y efectiva para dar respuesta a los retos climáticos que vendrán en los próximos años.

## Referencias

- Adam, S., y Kriesi, H. (2007). El enfoque de redes. En P. A. Sabatier (Ed.) *Teorías del proceso de las políticas públicas*, (pp. 139–348).
- Demaria, F., Schneider, F., Sekulova, F., & Martinez-Alier, J. (2013). What is degrowth? From an activist slogan to a social movement. *Environmental Values*, 22(2), 191–215. <https://doi.org/10.3197/096327113x13581561725194>
- Della Porta, D., & Diani, M. (Eds.) (2015). *The Oxford handbook of social movements*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199678402.001.0001>
- Díaz Pérez, S., Soler-i-Martí, R., & Ferrer Fons, M. (2021). Del mito global a la movilización local: Creación y resonancia del marco Greta Thunberg. *Comunicar*, 29(68), 35–45. <https://doi.org/10.3916/c68-2021-03>
- Díaz Pérez, S. (2020). *El futuro en llamas: Greta Thunberg y Fridays for Future*. Beers and Politics. <https://bit.ly/3oRxytm>
- Fernández-Reyes, R. (2021). La comunicación de la crisis climática en tiempos de crisis sanitaria. En D. Rodrigo-Cano, R. Mancinas-Chávez, y R. Fernández-Reyes (Eds.), *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío* (pp. 124–164). Dykinson. <https://bit.ly/3EQcQJo>
- Fisher, D.R. (2019). The broader importance of #FridaysForFuture. *Nature Climate Change*, 9, 430–431. <https://doi.org/10.1038/s41558-019-0484-y>
- Flynn, C., Yamasumi, E., Fischer, S., Snow, D., Grant, Z., y Kirby, M. (2021). *Peoples' Climate Vote*. UNDP y Universidad de Oxford. <https://bit.ly/3s4LbAR>
- Fridays for Future (n.d.). *Strike statistics*. Fridays for Future. Consultado el 9 de diciembre de 2021: <https://bit.ly/3dwzrif>
- Hernández Ballesteros, M. L. (2020). *Movilizaciones ecologistas juveniles y desarrollo alternativo. Estudio de caso: Fridays For Future Madrid (2019-2020)*. [Trabajo de Final de Máster]. Universidad Pontificia de Comillas. <https://bit.ly/320x1WK>
- Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., y Zimmerman, A. (2018). By any media necessary: The new youth activism. *European Journal of Communication*, 34(5), 571–571. <https://doi.org/10.1177/0267323119876117a>
- Juris, J., Pereira, I., y Feixa, C. (2012). La globalización alternativa y los ‘novísimos’ movimientos sociales. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad la Salle*, 10(37), 23–39. <https://doi.org/10.26457/recein.v10i37.107>
- von Kardorff, E. (2019). Castells (1996): The Rise of the Network Society. En Holzer B., Stegbauer C. (Eds.) *Schlüsselwerke der Netzwerkforschung* (pp. 105-109). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-21742-6\\_25](https://doi.org/10.1007/978-3-658-21742-6_25)
- Klandermans, B. (2004). The demand and supply of participation: Social-psychological correlates of participation in social movements. En D. A. Snow, S. A. Soule, y H. Kriesi (Eds.), *The Blackwell companion to social movements* (pp. 360–379). Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9780470999103.ch16>
- Kirshner, B. (2015). *Youth activism in an era of education inequality*. NYU Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479861316.001.0001>
- Keck, M. E., y Sikkink, K. (2014). *Activists beyond borders: Advocacy networks in international politics*. Cornell University Press. <https://doi.org/10.7591/9780801471292>
- Kühne, R. W. (2019, 2 de septiembre). *Climate change: the science behind Greta Thunberg and Fridays for future*. OSFPreprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2n6kj>
- Lakoff, G. (2010). Why it matters how we frame the environment. *Environmental Communication*, 4(1), 70–81. <https://doi.org/10.1080/17524030903529749>

- Melucci, A. (1996). Youth, time and social movements. *Young*, 4(2), 3–14. <https://doi.org/10.1177/110330889600400202>
- Noakes, S. (2017). *The advocacy trap: Transnational activism and state power in China*. Manchester University Press. <https://doi.org/10.7228/manchester/9781526119476.001.0001>
- Noth, F., & Tonzer, L. (2022). Understanding climate activism: Who participates in climate marches such as “Fridays for Future” and what can we learn from it?. *Energy Research & Social Science*, 84, 102360. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102360>
- Naciones Unidas (2019, 21 de septiembre). *Jóvenes de todo el mundo exigen a los políticos acción contra el cambio climático*. Noticias ONU. <https://bit.ly/3pNF4hQ>
- O'brien, K., Selboe, E., y Hayward, B. M. (2018). Exploring youth activism on climate change. *Ecology and Society*, 23(3), 42. <https://doi.org/10.5751/es-10287-230342>
- Ospina Peralta, P., Idrobo Hidalgo, M. A., & Ospina Peralta, A. T. (2019). *¿Por qué luchar? Motivaciones, organización y estrategias de la militancia juvenil radical en el Siglo XXI*. Grupo Faro. <https://bit.ly/31LtvvF>
- Paz, F. (2021). Lo personal es colectivo: jóvenes y medio ambiente. *Beers and Politics*, 15, 52–55. <https://bit.ly/3oSoSwk>
- Rivas-de-Roca, R. (2020). La configuración del fenómeno ecologista FridaysForFuture como proceso de opinión pública digital en España. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6, 79–100. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i6.162>
- Sabherwal, A., Ballew, M. T., van Der Linden, S., Gustafson, A., Goldberg, M. H., Maibach, E. W., ... y Leiserowitz, A. (2021). The Greta Thunberg Effect: Familiarity with Greta Thunberg predicts intentions to engage in climate activism in the United States. *Journal of Applied Social Psychology*, 51(4), 321–333. <https://doi.org/10.1111/jasp.12737>
- Scott, T. (2020, 14 de enero). *An unstoppable wave of youth activism*. Green World. <https://bit.ly/31gHAAK>
- Soler i Martí, R., Ferrer-Fons, M., y Terren, L. (2020). The interdependency of online and offline activism: A case study of Fridays For Future-Barcelona in the context of the COVID-19 lockdown. *Hipertext.net*, 21, 105–114. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.09>
- Teso-Alonso, G. (2021). Los movimientos sociales juveniles ante la emergencia climática y la comunicación del cambio climático. En D. Rodrigo-Cano, R. Mancinas-Chávez, y R. Fernández-Reyes (Eds.), *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío* (pp. 54–120). Dykinson. <https://bit.ly/3EQcQJo>
- Tilly, C. (2006). Los movimientos sociales entran en el siglo veintiuno. *Política y sociedad*, 42(2), 11–35.
- Wahlström, M., Sommer, M., Kocyba, P., de Vydt, M., De Moor, J., Davies, S., ... y Buzogany, A. (2019). *Protest for a future: Composition, mobilization and motives of the participants in Fridays For Future climate protests on 15 March 2019 in 13 European cities*. Keele University Research Repository. <https://bit.ly/3y8cvz6>
- Wallis, H., y Loy, L. S. (2021). What drives pro-environmental activism of young people? A survey study on the Fridays for Future movement. *Journal of Environmental Psychology*, 74, 101581. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101581>
- Zuzul, T., & Edmondson, A. C. (2017). The advocacy trap: When legitimacy building inhibits organizational learning. *Academy of Management Discoveries*, 3(3), 302–321. <https://doi.org/10.5465/amd.2015.0086>

### **Semblanza de la autora**

**Ariadna Romans i Torrent** es politóloga por la Universitat Pompeu Fabra y estudiante de Filosofía en la Universitat de Barcelona. Actualmente trabaja en ideograma como consultora

de comunicación política y es miembro de la comisión mixta de la Cátedra ideograma-UPF. También es la gestora actual de la Secció de Feminismes del Ateneu Barcelonès. Fue presidenta de la asociación juvenil deba-t.org y miembro del programa Young Mediterranean Voices, entre otros proyectos sociales. Ha trabajado para la Comisión Europea y Open Society Foundations. Sus áreas de investigación son las relaciones internacionales, el desarrollo sostenible, la transición ecológica y la ética digital.



## Local climate change reporting in coastal cities: Selsey (UK), Santos (Brazil) and Broward County (USA)

### *Cobertura mediática local del cambio climático en ciudades costeras: Selsey (Reino Unido), Santos (Brasil) y Broward County (EEUU)*

**Eduardo Prado Gutiérrez**

Universidade Estadual de Campinas | Cidade Universitária Zeferino Vaz, 13083-970, Campinas | Brasil | <https://orcid.org/0000-0001-7279-7176> | [eduardopgutierrez@hotmail.com](mailto:eduardopgutierrez@hotmail.com)

Dates | Received: 23/09/2021 | Accepted: 14/12/2021

#### Abstract

Climate change media coverage has been criticized for giving voice to denialist sources and for its detachment from local and individual experiences, emphasizing catastrophic and global impacts. This article seeks to understand the potential connection between regional media and local climate change meanings through analysis of the journalistic output in regional newspapers in three vulnerable coastal cities that have presented developments regarding local climate governance: Santos (Brazil), Selsey (UK) and Broward County (USA). The vehicles analyzed in each of the cities are *A Tribuna de Santos*, *The Chichester Observer* and *The Sun Sentinel*, respectively. The method used is quantitative content analysis, focusing on the appearance of sources and recurring local issues and symbols on the climate change coverage of these regional vehicles. As a result, there are interesting differences of sources and issues between regions, with beaches and shoreline neighborhoods condensing the attention over climate impacts in Santos and Broward; and the dangers of real estate development in low-lying land and natural reserves occupying the

#### Resumen

*La cobertura del cambio climático ha sido criticada por dar voz a fuentes negacionistas y su alejamiento de las experiencias locales e individuales, enfatizando los impactos catastróficos y globales. Este artículo busca comprender la potencial conexión entre los medios locales y regionales y los significados locales del cambio climático, a través de la análisis de cobertura mediática de los periódicos regionales de tres ciudades costeras que han presentado avances en relación con la gobernanza climática local: Santos (Brasil), Selsey (UK) y Broward County (USA). Los periódicos analizados en cada ciudad son 'A Tribuna de Santos', 'The Chichester Observer' y 'The Sun Sentinel', respectivamente. Metodológicamente, se opta por el análisis cuantitativo de contenido, centrándose en las fuentes, símbolos y cuestiones locales frecuentes en la cobertura del cambio climático en estos diarios de difusión regional. Como resultados, vemos interesantes diferencias de fuentes y temas entre regiones, con playas y barrios de playa condensando la atención de impactos climáticos en Santos y Broward; mientras que en Selsey ganan atención los peligros del*

center of attention in Selsey. Among the three locations, only Broward presented a significant degree of climate denialist sources.

Keywords: climate change, communication, local press, science and society.

*desarrollo inmobiliario en áreas bajas y de reserva natural. Entre las tres localidades, apenas Broward presentó un grado significativo de fuentes que niegan el cambio climático.*

*Keywords: cambio climático, comunicación, prensa local, ciencia y sociedad.*

## 1. INTRODUCTION

### 1.1. Denialism and the scales of climate change

Most of the population learns about climate change and scientific subjects through the media, making it a key instance for the perception of climate risks (Hansen, 2010; Pidgeon *et al.*, 2003). However, reporting on the issue has been criticized because of the attention given to denialist sources in the last decades, especially in English-speaking countries (Boykoff & Boykoff, 2007; Brulle, 2013). Journalistic norms of balance have been exploited by the climate counter-movement (CCM) and its think-tank-based experts, making uncertainty over climate science a major framing option which has also spread to European countries (Nisbet, 2010; Brulle, 2013; Almiron *et al.*, 2020).

Moreover, some more subtle aspects of the global coverage have been questioned, such as its detachment from local subjects and its emphasis on the irreversibility and gravity of the phenomenon (Nisbet, 2010; Braasch, 2013; O'Neill & Nicholson-Cole, 2009). The concentration of references at the international level strengthens the perception of climate change as an abstract entity, adding to the problematic stated by Jasanoff (2010, pp. 234-243), who defines it as a scientific object that spills out of the limits of lived experience, in a divorce between fact-finding and meaning-making. In that sense, the circulation of the topic through the media is frequently separated from local meanings and dominated by international scientific and governmental elites, adding to skepticism in the audience and 'hyperopia' regarding climate impacts, which are perceived as distant in space and time (Lorenzoni *et al.*, 2007; Boykoff, 2011; Leiserowitz *et al.*, 2020).

In this scenario, regional media can play an important role producing content about spatially diverse climate impacts, instead of echoing the homogenized reporting of international wire services. It can provide information about local problems salient to the audience, linking "global and local subjectivities" (Jasanoff, 2010, p. 247). Furthermore, the operation of regional news has been linked to reduction in political polarization in an array of cities in the United States, providing a forum where citizens can identify while locals, different from the national media, where citizens usually filter the information through ideological and partisan lens (Mason, 2016; Darr *et al.*, 2018).

Therefore, this article proposes to enrich the literature on regional climate reporting by studying local newspapers based in vulnerable coastal cities. The cases here selected are Santos (Brazil), Selsey (UK) and Broward County (USA), due to their particular contexts, permeated by scientific and institutional developments on the subject of climate change. The

media analyzed for each case are the print newspapers *A Tribuna de Santos*, *The Sun Sentinel* and the digital version of *The Chichester Observer*.

The initial motivation for the choice of the cities was their selection for study under the METROPOLE Project, an international scientific initiative approved in the scope of the Belmont Forum and financed by research agencies in Brazil, in the UK and in the USA (Marengo *et al.*, 2017). The project has projected climate scenarios and economic impacts for each location, rendering the following results: in a low sea-level rise scenario, cumulative damage from climate change between 2010 and 2100 will reach 242 million dollars in Santos, between 2010 and 2060 would amount to 3.35 billion dollars in Broward County, while in Selsey the cost of a one-time event<sup>1</sup> with 100-year recurrence would cause 42.3 million dollars in damage after 2085 (Marengo *et al.*, 2017). The study strengthens an economic discussion in the cities, presenting benefit-cost ratios of respectively 24 and 22 times for climate adaptation in Santos and Broward.

That said, for each of the cases this article seeks to understand the circulation of the climate change issue in local newspapers to the light of political, institutional, and scientific developments in the locations, analyzing interactions between global and local problematics, including the influence of local meanings and North and South discussions. The different contexts of the localities, permeated by specific environmental conditions and political dynamics, make for an interesting comparative analysis.

The general objective is to characterize local coverage through content analysis, in the process accomplishing the following specific objectives: to identify the differences in the use of sources, the mobilizing issues and symbols, and the occurrence of knowledge or policy-related climate denialism, which respectively consist of denying scientific soundness of climate change science (climate denialists) and obstructing climate action and policies (climate action obstructionists) (Almiron *et al.*, 2020). The main hypotheses here considered are (1) the regional climate change discussion is condensed around public goods and local symbols, and (2) denialist stances are mainly connected to conservative discourses and the private sector.

The article is structured in order to present a theoretical review and problem statement in the following section, also detailing the methodological options. In this perspective, the cultural theory of risk (Douglas & Wildavsky, 1983) and the social amplification of risk framework (Pidgeon *et al.*, 2003) are central, conjugated to a content analysis methodology (Bardin, 1977) that allows us to understand the predominant issues, sources and symbols in the coverage. In Section 3, this article presents the results of the case studies, and finally, in Section 4, the results are discussed, with concluding remarks.

## **2. THEORETICAL REVIEW AND PROBLEM STATEMENT**

### **2.1. Risk, worldviews, denial, and the local scale**

Problematic aspects of climate change media coverage such as the presence of denialist sources and the difficulty to connect climate science to local meanings can also be seen as a

---

<sup>1</sup> Results not available for cumulative damages.

symptom of a conflict that has profound roots in modern society. The media reflects dominant modern ideologies centered around positivism, constituted by empiricist notions and a dichotomy between civilization and nature (Hannigan, 2006).

Such concepts can be clearly observed in the operating criteria of news vehicles, which function by connecting dispersed audiences to centers of social power (Hall, 1973), privileging the coverage of economic and institutional agendas (Boykoff, 2011). The American and English media have been permeated by climate change denial and the Brazilian media has dismissed the entire environmental debate for decades, considering it an alarmist and anti-modern rhetoric, opposed to the economic development consensus that was held in the centers of political power (Andrade, 1994; Boykoff & Boykoff, 2007; Ferreira & Tavolaro, 2008).

These examples illustrate the challenge in which modern civilization finds itself in relation to environmental risks. The global environmental changes emerging from the ever-accelerating production of economic goods upend the major political narratives of the twentieth century, centered around notions of productivism and technical progress (Chakrabarty, 2009; Jasanoff, 2010). The environment, long seen as a source of stability, becomes a source of doubt, staining the modern *hubris* and demanding a rearrangement of our relations with nature (Douglas & Wildavsky, 1983, p. 10).

Climate change, as a global risk, evidences the connection between environmental degradation and fossil fuel use, the energetic base upon which modern civilization has been powered (Chakrabarty, 2009). Furthermore, it scrambles traditional concepts of the Nation State, with climate science upsetting prevailing arrangements of co-production between scientific knowledge and national power, ripping the grain of conventional social narratives (Jasanoff, 2010). In that context, a confrontation takes place between this scientifically defined risk and dominant ideologies and economic systems (McCright & Dunlap, 2010).

Being in a position that upsets power arrangements, the climate scientific consensus is attacked by economic and ideological parties. Literature in the field of climate change denialism in the United States has found that skeptical scientists and politicians are well funded through oil, auto and extractive industries, associated to conservative foundations and think tanks, such as the Heritage Foundation and the Heartland Institute (Brulle, 2013). Also, the demographic groups most convinced by the CCM rhetoric are usually white males associated to conservative political lines (Shwom *et al.*, 2015).

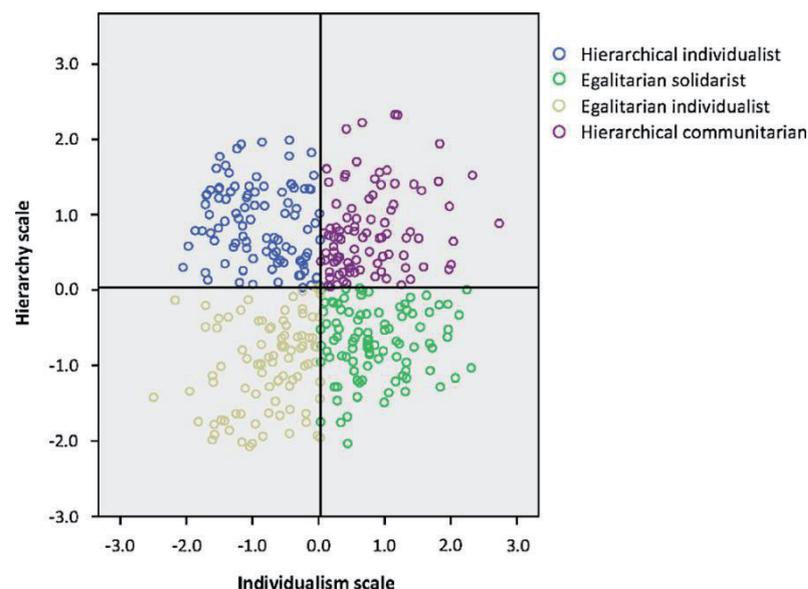
Such division has prompted sociologists Dunlap and McCright (2000) to suggest the 'anti-reflexivity' thesis, in which skepticism is a mechanism adopted by privileged groups to avoid the constitution of climate change as an urgent social problem. That is because, in their perception, prioritization of climate change mitigation could require substantive changes to the social order based on the neoliberal consensus, which would be an undesired development in these groups' perception.

Such a cultural problematic around environmental risks has been discussed as early as 1983 by anthropologists Mary Douglas and Aaron Wildavsky, who have theorized that different social groups hold different assumptions about the resiliency of the environment, the most urgent

social priorities, and, essentially, the way society works or ought to work. Therefore, the decisions about which risks and dangers should be minimized and the level in which they have to be minimized are inherently political, involving conceptions of a desired social order and convictions on how human beings can live well together.

In that sense, a desired climate and the measures to safeguard it interact with other risks and social problems, taking place in public arenas marked by conflict that cannot be entirely solved by science. It is with that in mind that Douglas and Wildavsky (1983) concluded that environmental risks can lead not to the unification of society, but to further divisiveness, given the long-held convictions about the stability and subordination of nature

Works in the field of cultural cognition have confirmed the divides theorized by Douglas and Wildavsky, identifying a difference in perceptions of climate change between groups with differing worldviews (Akerlof *et al.*, 2016). The divisions run along the perceived degrees of Hierarchy and Individualism necessary to the functioning of the social order, as opposed to values of egalitarianism and communitarianism (Figure 1).



**Figure 1. Operationaliation of the typology defined by Douglas and Wildavsky (1983), in order to classify interviewees according to their worldviews**

Source: Akerlof *et al.* (2016).

Hierarchical individualistic worldviews usually lead to opposition to regulations on commerce and industry, perceived as hostile to principles of freedom of initiative. In that sense, individuals with that worldview are also the most predisposed in perceiving climate change with skepticism (Akerlof *et al.*, 2016).

In that context of polarization, Kahan (2010) states that reaching across divides is a difficult communicative task, since different social groups usually perceive credibility in different ways.

The author suggests that the dynamics of identification are at the source of polarized perceptions, and risk messages are hardly efficient when they contain strong political cues and cultural identities opposite to the ones the individual values. Brulle *et al.* (2012) have also found that political cues are the main driver of climate change convictions in the United States, suggesting that changes in perception depend on a broader political strategy that leads to consensus across the elites.

Nevertheless, local communication of risk can provide an interesting *locus* in which divides can be bridged. Workshops about climate impacts in coastal cities have provided interesting results, as the perceptions of climate risk by individuals located within the hierarchical/individualist quarter were the most improved (Akerlof *et al.*, 2016). As is the case with the local media, such experiments can foster identification between citizens as members of a local community, paving the way for improvement of the perception of increasing risks to their regions. That, of course, does not replace the need for consensus reaching between elites, but certainly is an interesting way forward in polarized contexts.

With that in mind, this article aims to grasp the nature of newspaper coverage in moments of political effervescence and social risk amplification<sup>2</sup> (Pidgeon *et al.*, 2003) in each location proposed. Here conceived as a multidimensional message, climate risk can be amplified or minimized during its social trajectory, a process determined by factors such as social stigmatization, trust between social groups, perception of institutions as competent or not, and also its heuristics (Pidgeon *et al.*, 2003).

In that sense, valued public goods can symbolize and condense local problems regarding the climate. Ecosystems such as beaches and coral reefs allow for easy cognitive connections between climate change and environmental degradation, working as symbols where local and global subjectivities are projected and interact (Jasanoff, 2010). They can give rise to different interpretations based on historical contingencies, fostering meanings related to preservation, care and systems thinking, or, on the other hand, meanings in which they are conceived as obstacles to development (Ferreira & Tavolaro, 2008; Batty *et al.*, 2008).

## 2.2. Methodology

Written newspapers were chosen for analysis, given the larger issue-space dedicated to environmental matters when compared with TV news (Boykoff, 2011). The vehicles chosen for analysis were the reference newspapers for each location: *A Tribuna de Santos* (Santos), *The Sun Sentinel* (Broward County), and *The Chichester Observer* (Selsey). The first two are daily newspapers that provide digital and print editions, with no content difference between them. *The Chichester Observer*, in contrast, has a weekly frequency<sup>3</sup> and does not provide copies of its print edition online, only a digital archive and indexed search for the news stories that are constantly uploaded to its website.

<sup>2</sup> When the social perception of risk ripples through different layers of the community, beyond the groups directly affected by the hazards.

<sup>3</sup> Local newspapers in the UK are predominantly weekly and adopt the compact format, also common among national newspapers. More information: <<https://www.britishpapers.co.uk/glossary/>>. Access on: 03/12/2021.

Exhaustive searches have been conducted for each vehicle, with the respective time periods and resulting samples specified in Table 1. During the process, the scope of the texts was analyzed and the ones with a regional scope and more than a passing mention<sup>4</sup> of climate change were registered as units of analysis, leading to the results displayed in Table 1. Texts with a short mention or national/international scope were not registered.

**Table 1**  
*Newspapers, search periods and resulting samples*

	Santos	Broward County	Selsey
Newspaper	<i>A Tribuna de Santos</i> (print edition)	<i>The Sun Sentinel</i> (print edition)	<i>The Chichester Observer</i> (online news)
Time Period	09/2015 – 04/2018	05/2014 – 01/2016	10/2015 – 07/2021
Search Method	Physical archive (Database from Gutiérrez (2021))	Digital archive	Automated search through the website. <sup>5</sup>
Keywords	‘aquecimento global’, ‘mudança do clima’, or ‘mudança climática’	‘global warming’ or ‘climate change’	‘global warming’ or ‘climate change’
Texts analyzed	News and opinion texts (excluding letters to the editor <sup>6</sup> )	News and opinion texts	News and opinion texts
Units of analysis	71	145	122

Source: own elaboration.

The sample was submitted to a quantitative content analysis (Bardin, 1977) in order to determine the dominant local actors and issues in the coverage. The three variables analyzed are: sources, main local issues, and parts subject to risk in the coverage.

Understanding the media through a constructionist approach (Gamson & Modigliani, 1989), the identification of sources in the coverage is a major aspect for the analysis, as it allows us to identify actors who are shaping the public debate. On issues of environmental risk, a broad array of actors can be identified. Analyzing local coverage about oil permits off the coast of Spain, Mercado-Sáez, Sahuquillo-Verdet and Chávez (2019) propose Actor/Source categories such as ‘Politicians’, ‘Experts’, ‘Social Movements’ and ‘Industry’. The first two are largely mirrored by the types of ‘Governmental/Political’ and ‘Scientific’ here adopted (Table 2), while to account for other types, this article adopts the broader categories of ‘Private’ and ‘Civil Society’, that allow for enhanced comparability among locations and mirrors categories adopted in climate governance studies (Broto & Bulkeley, 2013). Occurrence of climate denialism (Almiron *et al.*, 2020) among the sources was also registered for further analysis.

<sup>4</sup> When the issue appears with Medium or Central density in the article (ANDI, 2010).

<sup>5</sup> Through web-crawling software Octoparse: <<https://www.octoparse.com/>>. Access on: 03/2021.

<sup>6</sup> Due to the unavailability of this type of text both in the digital archive and in the database from Gutiérrez (2021), it was not included in the analysis. Due to the reduced issue-space dedicated to this type of text, it is unlikely to significantly affect the results.

**Table 2**  
*Typology for source classification*

Sources			
Scientific	Governmental/Political	Private Sector	Civil Society

Source: adapted from Gutiérrez (2021).

The next variable regards main local issues that mobilize climate change coverage. As a qualitative variable, the methodological steps are the inductive elaboration of an inventory of categories after the reading of the texts and the deductive classification of the units of analysis according to the dominant issue identified (Bardin, 1977; Van Gorp, 2010). Table 3 lists and explains the categories obtained, which make visible regular issues motivating the texts.

**Table 3**  
*Main local issues motivating climate change (CC) coverage in each location*

	Main local issues	Explanations
Broward County	Elections	Appearance of CC in electoral debate
	Denialism	Declarations of authorities focusing validity of CC science
	King tides, hurricanes and flooding	Natural events motivating CC discussion
	Coral reefs	Perceived effects of CC on coral reefs
	Development	Judicial/popular questioning of controversial projects
	Scientific projections	Publishing of CC studies
	Activism	Activist demonstrations
	Action plans	Publishing and implementation of climate-specific legislation.
	National assessments and legislation	Perceived local effects of national legislation
Santos	<i>Storm surges and erosion</i> <sup>7</sup>	
	Responsibilities and impacts on the port	Judicial/popular questioning of the Port or perceived impacts.
	<i>Scientific projections</i>	
	<i>Activism</i>	
	<i>Action plans</i>	
Selsey	Climate emergency	Institutional discussion and protests over declaration of a climate emergency.
	<i>Development</i>	
	<i>Action plans</i>	
	<i>Elections</i>	
	Divestment	Popular/institutional questioning of public investment in GHG emitting businesses.

Source: own elaboration.

Finally, 'Parts Subject to Risk' (Table 4) identifies local entities recurrently mentioned as vulnerable to climate change in the units of analysis, evidencing social foci of concern and local symbols that condense perception of risk.

<sup>7</sup> Themes in italics have already been explained. For example, 'Storm Surges and Erosion' shares the explanation for 'King Tides, Hurricanes and Flooding'.

**Table 4**  
*Parts Subject to Risk identified in the coverage for each location*

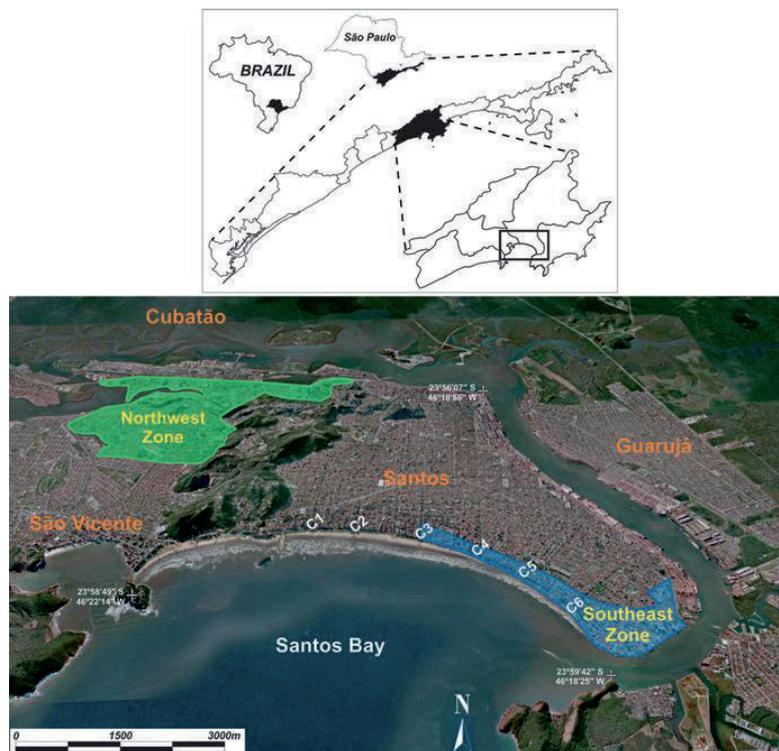
	Parts Subject to Risk
Broward County	Coasts, Beaches
	Neighborhoods, Real Estate at Risk
	Coral Reefs
	Roads
	Everglades
Santos	Beaches, Ponta da Praia neighborhood
	Port
	Northwest Zone neighborhood
Selsey	Parks (South Downs, Arun Valley), Chichester Harbour
	Low-lying neighborhoods
	Coasts

Source: own elaboration.

### 3. RESULTS

#### 3.1. Santos (Brazil)

Santos is home to the most important Port of Latin America and is the biggest coastal city of the State of São Paulo, with administrative autonomy granted by the Brazilian Constitution. A highly unequal city, it is historically affected by landslides and flooding in the Northwest Zone (Figure 2), where there is a concentration of irregular housing and low-income, highly vulnerable population (Barbi, 2014).



**Figure 2. Map for the city of Santos.**

Source: Harari *et al.* (2019).

Recently, the Southeast Zone of Santos has also been under increasing stress from an accelerating trend in beach erosion and flooding (Figure 3) linked to storm surges (Harari *et al.*, 2019). It is a historically affluent region, especially the neighborhood of Ponta da Praia, which has touristic attractions such as the Municipal Aquarium and the beach segment with the best water quality in the city. It also has the worst perspectives for economic damage given sea-level rise projections (Marengo *et al.*, 2017).



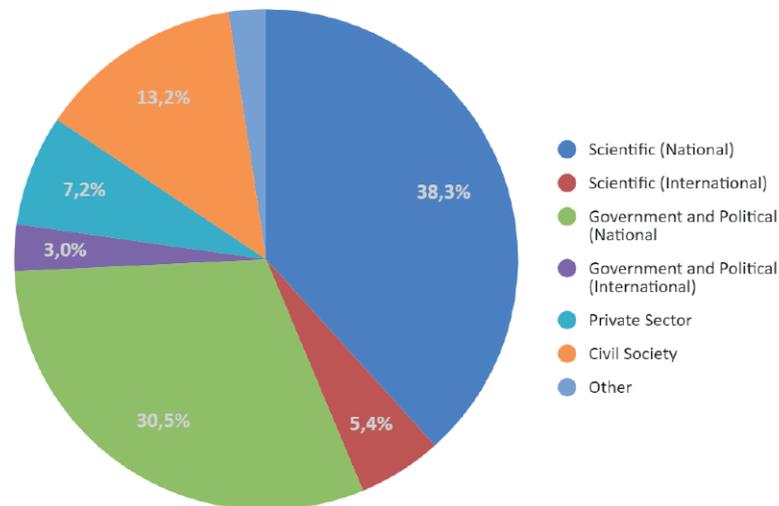
**Figure 3. Beach erosion trend in Santos**

Source: Freitas *et al.* (2019, p. 293).

The selection of Santos by the METROPOLE Project was a landmark for climate governance in the city. The municipal Committee for Climate Change was established two months after the release of the climate scenarios, in 2015. In 2016 there was the elaboration of the Municipal Climate Change Plan for Santos, followed by adaptation measures in the neighborhood of Ponta da Praia in 2017, and the selection for an Adaptation Project led by the national government in 2018. Given the relevance of institutional action in this period, the analysis was undertaken for the interval between 09/2015 and 04/2018, through the daily print newspaper *A Tribuna de Santos*.

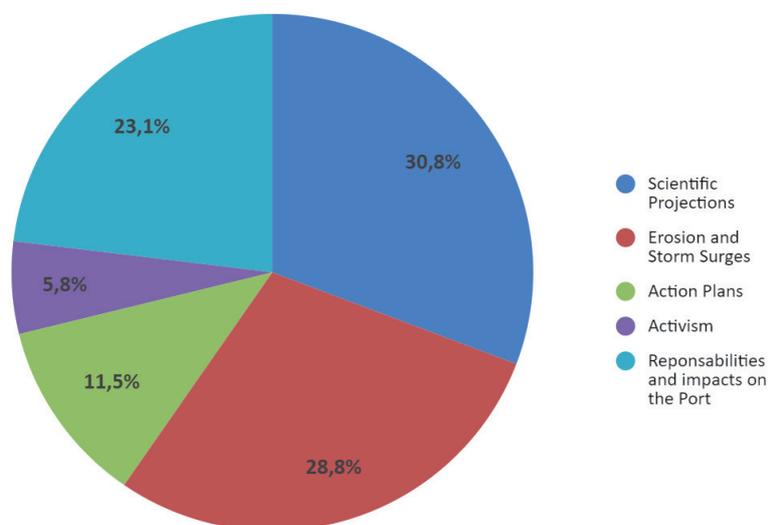
The typology from Table 1 was detailed to differentiate between national and international sources in the case of Santos, given its location in the Global South (Figure 4). The results show a predominance of national scientific sources, reflecting the high media profile of scientists associated with the METROPOLE Project and with universities and research institutes based in the State of São Paulo, which are also the most internationalized in the country. On the other hand, there is lack of insertion of local residents, who are quoted only 4 times, mostly in moments of tragedy, such as loss of houses and life. Beyond the traditional reliance of the media on official sources, one factor that can be contributing to this dynamic is the absence of

representative neighborhood associations in Santos, different from Selsey and Broward County (Paterson *et al.*, 2017).



**Figure 4. Sources in texts in *A Tribuna de Santos* (n= 71 texts, date range from 01/2015 to 03/2020)**  
 Source: elaborated by the author.

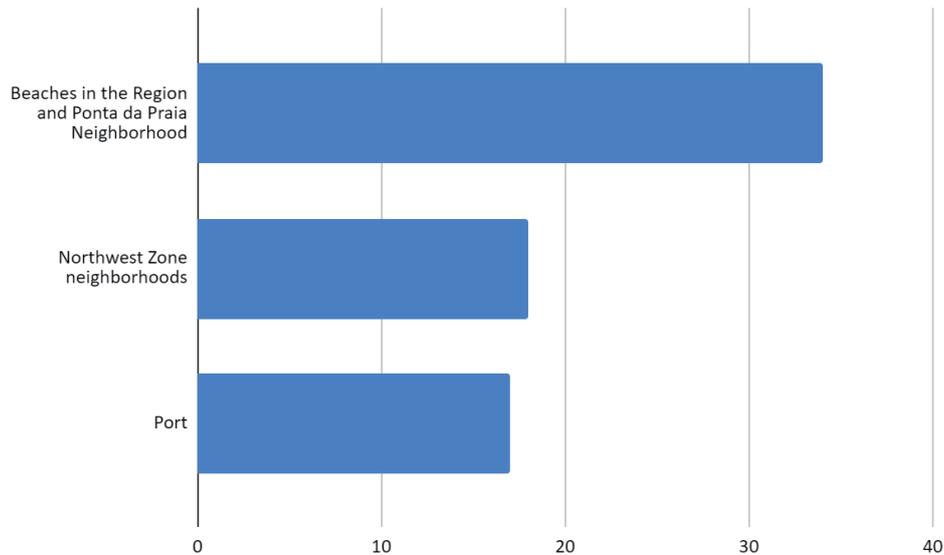
For Santos, 52 out of 71 texts contained at least one of the categories described in Table 3. Then, the main local issues outlined in Figure 5 explain 73% (52 out of 71) of the sample obtained for climate change coverage in *A Tribuna de Santos*. Among them, ‘Scientific projections’ and ‘Erosion and storm surges’ are the most prominent, the first motivated by the release of the METROPOLE Project results and studies by State universities. The second is related to flooding and beach erosion in Ponta da Praia, a problem that at the end of the period also begins to be covered for other cities in the region, which are increasingly mentioned. Also very important is the discussion of the responsibilities of the Port regarding the erosion process, due to possible effects of the dredging expansion over the shoreline. An alternative focus identified regards future impacts of climate change in the Port.



**Figure 5. Texts with main local issues identified in *A Tribuna de Santos* (n= 52 texts, date range from 01/2015 to 03/2020)**

Source: elaborated by the author.

In Figure 6 the dynamic of mobilization is confirmed, showing that damage to beaches in the region surpass mentions to either the Port or the Northwest Zone neighborhoods, although the most precarious socio-environmental conditions are seen in the latter.



**Figure 6. Mentions to affected parts of the city in texts in *A Tribuna de Santos* (n= 71 texts, date range from 01/2015 to 03/2020)**

Source: elaborated by the author.

In the case of Santos, there wasn't significant mention to the discussion about climate change denialism. However, there is relativization of the urgency of climate action, an expression of climate policy obstruction (Almiron *et al.*, 2020). An interesting quote from the Logistics Director at the Port of Santos can be outlined:

Of course we have to analyze issues such as sea level rise. But in Brazil, ports still need so much investment, so much infrastructure. In Santos, we are still debating a new highway access to the Port, a demand from the last decade. Facing this urgency, we can even understand why we haven't debated this point, a demand that doesn't have such immediate effects." (Figueiredo, 2016, p. C-3)

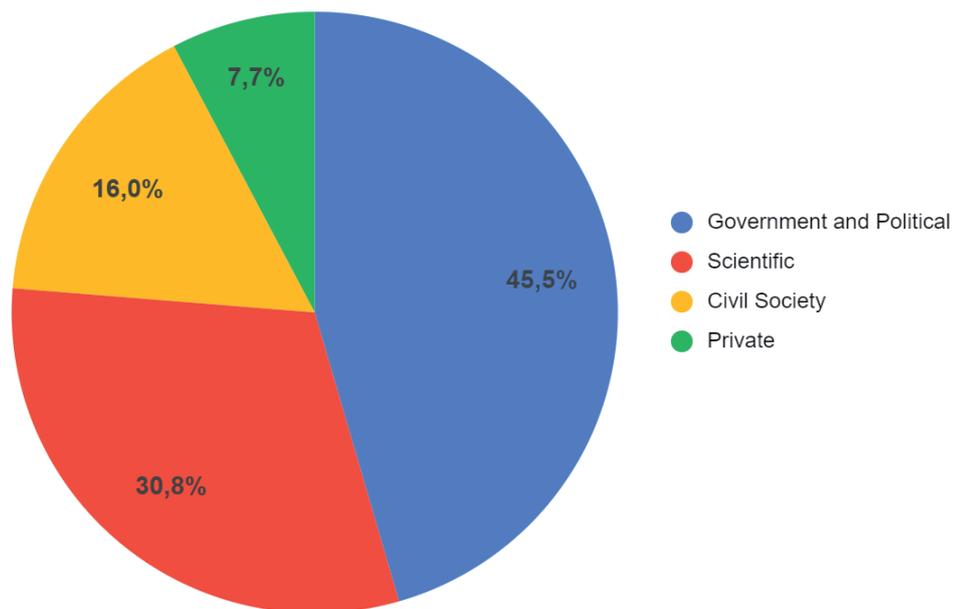
### 3.2. Broward County (USA)

Broward County is located in the State of Florida and comprises the cities of Fort Lauderdale, Dania Beach, and Hollywood. An administrative level between the municipal and state levels, the county faces increasing risks of hurricanes and king tides, beyond the threat of saltwater infiltration in wellfields that provide drinkable water to the population (Vella *et al.*, 2016). Environmental risks also include damages to the Everglades Port and ecosystem, beyond bleaching of the endemic coral reefs. The analyzed vehicle is the daily newspaper *The Sun Sentinel*, which is based in Broward and covers the region of South Florida.

Since 2009, the county is involved in the Southeast Florida Compact for Climate Change (SFCCC), an informal organization between the counties of Monroe, Miami-Dade, Broward, and Palm Beach, intended to baseline the climate science for the region, lobby higher instances for funding and propose climate plans and adaptation options (Paterson *et al.*, 2017). As a result, a Regional Climate Action Plan was adopted by all counties in 2012.

However, there has been controversy over the role of the State administration, deeply affecting the local climate change discussion. This article delimits this moment of political effervescence, between May of 2014 and January of 2016, between controversial declarations and actions by Governor Rick Scott, who was reported to have banned the term 'climate change' from official communications in May of 2015 (Paterson *et al.*, 2017).

Starting with the source analysis, there is high concentration in the Governmental/Political quadrant (Figure 7), due to the high presence of SFCCC scientists in decision-making positions within the local governments. Nevertheless, there is also an important presence of scientists based in the Florida Atlantic University and the University of Miami, among others. Prominent Civil Society sources are dispersed between local residents, religious sources, NGOs such as the Nature Conservancy and local activists.

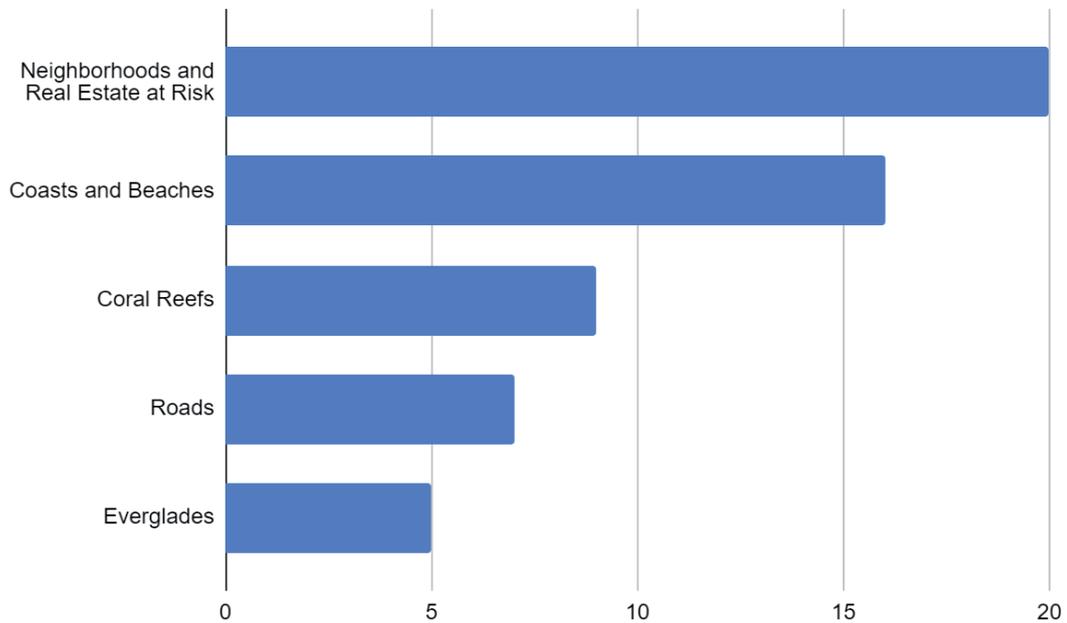


**Figure 7. Sources in texts in *The Sun Sentinel* (n= 145 texts, date range from 05/2014 to 01/2016)**  
Source: elaborated by the author.

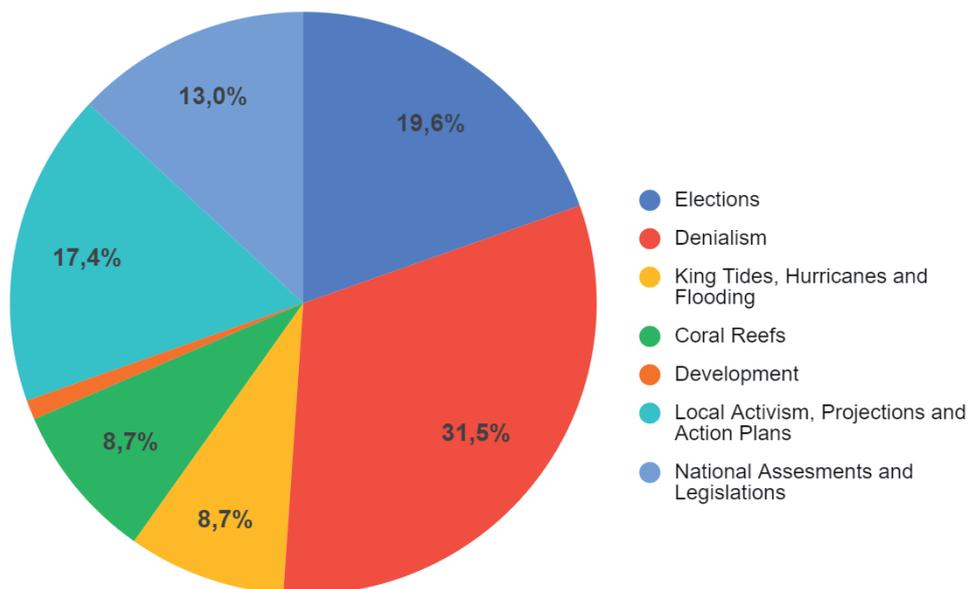
Similar to Santos, affluent neighborhoods at risk from flooding and public goods such as beaches are the main focus, followed by concerns over coral bleaching (Figure 8). In contrast, there isn't a specific neighborhood that condenses the attention, given that the problem in Broward is more widespread, with the periodical experience of king tides and hurricanes.

The issues outlined in Figure 9 explain 67,59% (98 out of 145) of the sample. The analysis renders interesting conclusions as denialism and elections are the most salient issues, showing how politicized the discussion is and how denial frames are prominent even in cities where

dramatic effects are being felt and institutional action is being taken. Local activism, scientific projections, and action plans, taken together, constitute 17% of the identified issues, while ‘Denialism’ and ‘Elections’ comprise 31,5% and 19,6%, respectively.

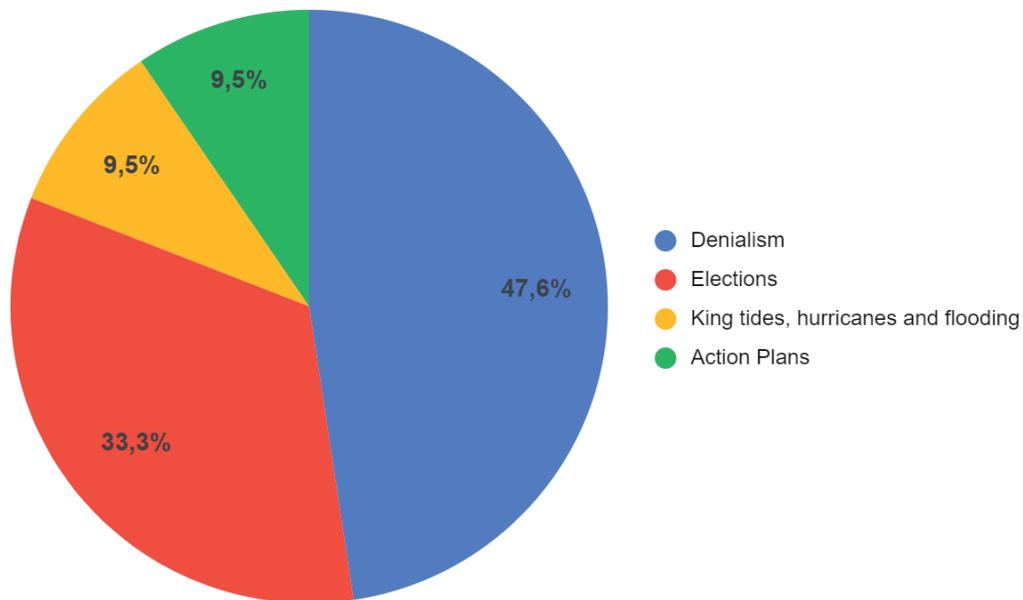


**Figure 8. Mentions to affected parts of the city in texts in the ‘Sun Sentinel’ (n= 145 texts, date range from 01/2015 to 03/2020)**  
 Source: elaborated by the author.



**Figure 9. Texts with main local issues identified in *The Sun Sentinel* (n= 98 texts, date range from 05/2014 to 01/2016)**  
 Source: elaborated by the author.

Broward County was also the only case with a significant presence of denialist sources, in 27 out of 145 texts (18%). Among these, 77% are explained by the issues outlined in Figure 10, with predominance of the issues of elections and denialism.



**Figure 10. Main local issues in texts with climate-denialist sources in the *Sun Sentinel* (n= 27 texts, date range from 05/2014 to 01/2016)**

Source: elaborated by the author.

Recurring climate-denialist sources are Governor Rick Scott, Florida Senator Marco Rubio, Representative Joe Gibbons, the Boca Raton Republican Club, the South Florida Tea Party, the think tank Center for Industrial Progress and the hunting association United Waterfowlers Florida. Also, there is the presence of multiple local residents who express themselves through letters to the editor, which constitute 22% (6 out of 27) of texts with denialist sources.

### 3.3. Selsey (UK)

Lastly, the town of Selsey is located in the Manhood Peninsula, within the Chichester District and West Sussex County. Here, there is a substantial administrative difference with the other cases, since in England local governments enjoy less autonomy than their counterparts in Brazil and the United States (Bulkeley & Kern, 2006). However, after the Climate Change Act (2008) and the devolution of Water Management responsibilities, many of the measures related to climate change in coastal cities have been absorbed by local administrations (Paterson *et al.*, 2017).

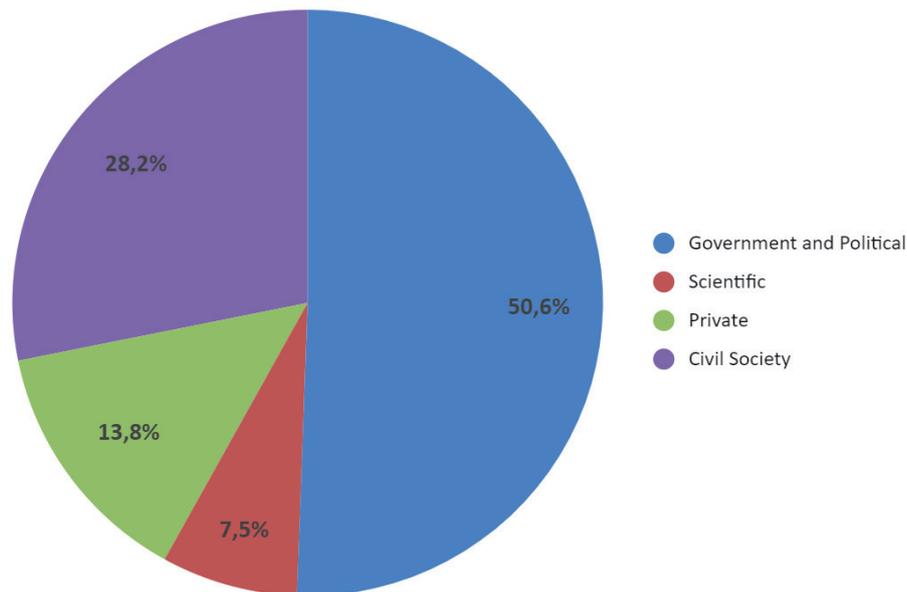
Selsey has been experimenting with coastal defenses since the 1950s, when the installation of sea barriers stopped one of the quickest processes of beach erosion around England. More recently, a coastal realignment experiment was carried out in the 2010s under the Medmerry Scheme. Part of the sea barriers was demolished to redirect wave energy into natural areas, creating inter-tidal habitat and avoiding damages to the built environment (Environment Agency, 2016). However, large areas of the Manhood Peninsula are projected to be flooded by

2050 and pressure for real estate development presents increasing risks to coastal communities and ecosystems, especially the Chichester Harbour, an official Area of Outstanding Natural Beauty (Marengo *et al.*, 2017).

In recent years, the Chichester District has been immersed in political disputes regarding climate change. There is a dual process as, on one hand, activists within the Extinction Rebellion have pressed for declarations of Climate Emergency in districts throughout the United Kingdom, and on the other hand, real estate developers and the central government have been pressing for development and housing initiatives in the region of West Sussex, which has about 142.000 hectares of protected green areas (West Sussex County Council, 2017). The last process has intensified with Brexit, as the UK is not obliged anymore to comply with EU environmental rules.

With that in mind, the analyzed vehicle was the weekly newspaper *The Chichester Observer* and the selected interval was 10/2015 to 07/2021, starting with the release of projections by the METROPOLE Project. By the end of 2018 the coverage intensified with the declaration of Climate Emergency by Chichester District, developments on West Sussex Climate Strategy and the approval of a number of controversial real estate development projects near valued natural Reserves such as South Downs National Park (SD).

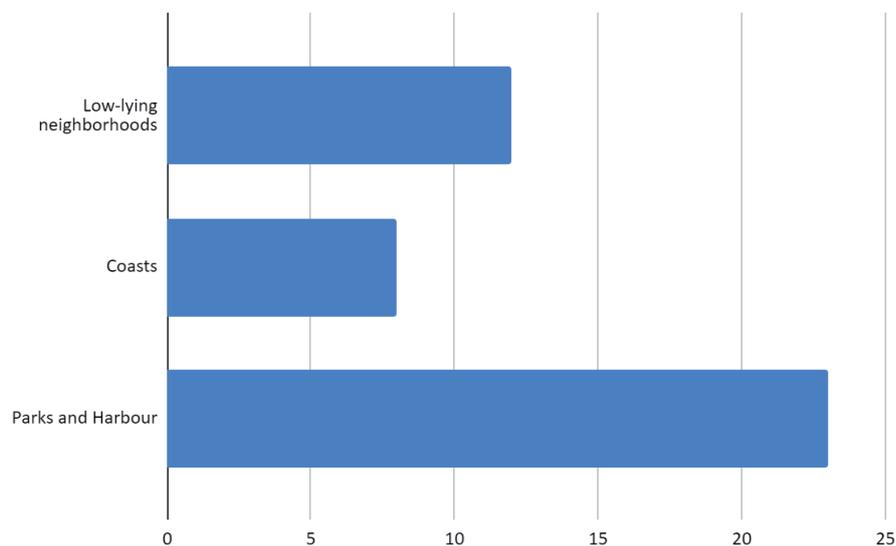
Regarding source analysis (Figure 12), the difference in relation to Broward and Santos is visible, as civil society sources are the second most cited and there is only marginal mention to scientific sources. That can be explained by the lack of prestigious and internationalized universities in the Chichester District and the relevance of natural reserves in West Sussex, favoring the protagonism of activist environmentalist sources such as the Manhood Peninsula Action Group, the Save our South Coast Alliance, and the local chapters of the Extinction Rebellion, among others. There is also intense involvement of different levels of local government and green MPs, who stress the need to declare a climate emergency in response to the popular pressure.



**Figure 12. Sources in texts in the *Chichester Observer* (n= 122 texts, date range from 10/2015 to 07/2021)**

Source: elaborated by the author.

As can be deduced from the source analysis, the coverage stresses preservation of natural reserve areas, such as the Parks and Harbour (Figure 13).

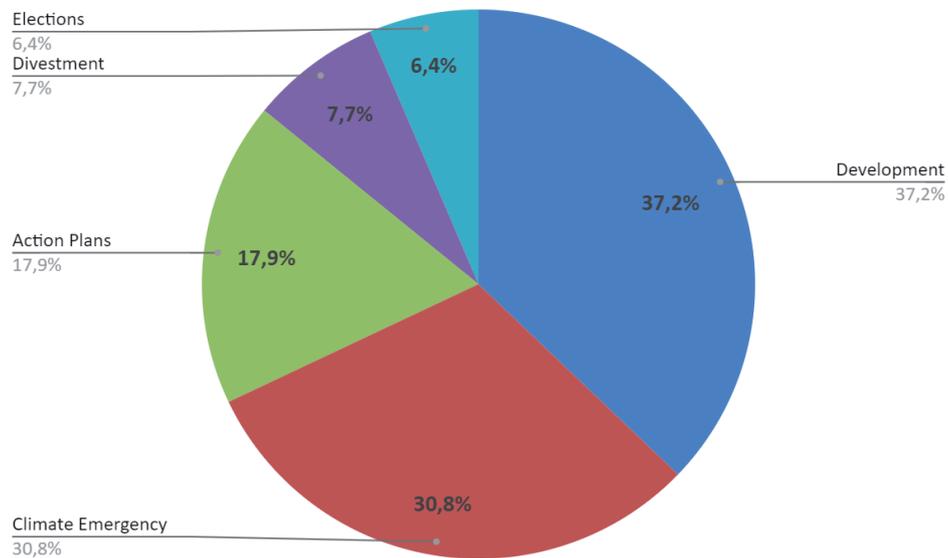


**Figure 13. Impacted parts of the District in texts in the *Chichester Observer* (n= 122 texts, date range from 10/2015 to 07/2021)**

Source: elaborated by the author.

Lastly, the main local issues in Figure 14 explain 63,1% (77 out of 122) of the sample and reveal three predominant foci: the pressure for declaration of a Climate Emergency; the institutionalized discussion of the Chichester District Action Plan, and controversies over real

estate and road development, with the opposition of local activists and administrators to measures completed between District and Central Government.



**Figure 14. Texts with main local issues identified in *The Chichester Observer* (n= 77 texts, date range from 10/2015 to 07/2021)**

Source: elaborated by the author.

Some of the development initiatives that caused significant media attention are the proposed and rejected development of a link road to the A27 highway, close to preserved areas in SD, and tensions over the Review of the Chichester Local Plan. The latter reviewed the 2015 Local Plan and was last updated in June of 2021. During its elaboration process, environmental organizations raised concerns about regulation of real estate development, transport, and wastewater treatment, due to the increase in housing targets for the region imposed by the national government. Chichester District Council is currently questioning the figures proposed, arguing it is not a feasible number due to the environmental specificity of the region (Chichester District Council, 2021).

There is no significant presence of climate change denialism in the coverage, although private developments and Cabinet members are occasionally resistant to acknowledging implications of climate change when it comes to the questioning of oil and real estate initiatives, which can be observed in texts motivated by issues such as 'Development' and 'Divestment'. Therefore, there are expressions of obstruction to climate action.

#### 4. DISCUSSIONS AND CONCLUSIONS

In all cases, the coverage is focused on specific symbols, a form of cognitively condensing emerging climate impacts. In Santos, it happens through the predominance in the coverage of impacts to beaches and to the neighborhood of Ponta da Praia. The Southeast Zone is seen as the frontier of climate impacts, amplifying the social risk perception. Although the Northwest

Zone is in a more precarious situation, that is not as novel<sup>8</sup> as the flooding in Ponta da Praia and implies less economic damage. Due to exclusion of local residents and the little mention to the Northwest Zone, it is possible to say that there is not only a novelty value, but also inequality of access at work in the coverage of *A Tribuna de Santos*, reflecting the accentuated social inequality in the city.

Coasts, beaches, and valuable real estate on the shoreline are also predominant in the coverage in Broward County, although it is not so condensed around a specific symbol as in Santos. That can be explained due to the more widespread occasional flooding of various neighborhoods in Broward.

For Selsey, the most mentioned symbols are the natural reserves in the region, under constant threat of further real estate development.

Recovering the first hypothesis, it can be confirmed that in every region there is an attachment of the scientific discussion with local symbols and public goods. The latter are especially important in the case of Selsey, where environmentalist groups have higher relevance in the coverage, fostering a defense of local ecosystems and identity and denouncing plans for development in protected areas, a controversy that is hardly present in the other locations.

Although beaches and coasts also condense attention in Santos and Broward, the highly urbanized geographical profile and the strong presence of internationalized scientists also strengthen another aspect of the discussion, regarding the local economic burden resulting from climate change. The projections of climate scenarios usually stress benefit-cost ratios, which are dire for the affluent neighborhoods near the shorelines.

A point that is not in the scope of this short article, the conflicts between levels of government in Selsey also allow us to understand economic tensions underlying these case studies. The pressure for development of housing on land that is going to be flooded by 2050 goes in the opposite direction of climate adaptation, forwarding the question of whether climate governance experiments are being shaped to ensure protection of communities or to guarantee resiliency of high-value property (Bulkeley, 2021). This debate puts in evidence the complex interaction between risk definitions and incumbent relations of production (Beck, 2018; Bulkeley, 2001).

Regarding the second hypothesis, knowledge-related denialism was only found in Florida, with local media echoing the national political discussion. The denialist politicians and think tanks identified confirm the extensive literature that points to the alignment of the CCM with neoliberal or right-wing populist discourses (Brulle, 2013; Almiron *et al.*, 2020). Despite the important local scientific and institutional developments, denialism continues to be the predominant theme in the coverage.

The few denialist references found in Santos and Selsey are policy-related and come from private organizations and government agencies related to development projects. In Santos, a main source of controversy is the expansion of dredging by the Port and its effects over the

---

<sup>8</sup> The described problems date from the 1980s (Barbi, 2014).

beach landscape and the intensity of storm surges (Gutiérrez, 2021). After years of inaction, the Port Authority admitted to its contribution to such an intensification in 2017 (Ministério Público Federal, 2017). Furthermore, the measures of protection to the Port complex itself were delayed due to a 'short-term planning culture'. The justification provided by officials echoes the North/South debate in which it is argued that economic development in the Global South is a bigger priority than environmental preservation (Ferreira & Tavolaro, 2008).

Some limitations of the article are also limitations of the object, as the analysis of media vehicles does not allow us to identify actors who act on the sidelines of public attention, as many lobbies for policy inaction now do (Hansen, 2010). However, the article is able to enlighten a contrast between the dynamics of inaction in the United States and in the other places studied. In the US, denialist sources seek attention of the media and bring the issue into their electoral discourses, deeply contaminating the debate and confirming the importance of elite cues (Brulle *et al.*, 2012). In Brazil and England, obstructionist declarations seem 'accidental' and policy-related, on the part of companies and agencies focused on short-term economic interests. In all of these places, however, the root of such expressions is a conceptualized dichotomy between economy and environment.

Other limitations found were differences between the newspapers, as the *The Chichester Observer* differs in format and frequency from the others, factors that can lead to qualitative differences between them. The different time periods also constitute a limitation, since the greater presence of activist sources assessed in the case of Selsey is related to the *momentum* of climate protest and the declarations of Climate Emergency in European countries around 2019. The time periods analyzed for the other vehicles do not capture this moment, characterized by an eruption of climate activism and calls for action by the UN and the IPCC 1,5°C Report. By the end of 2019, this conjunction leads to the largest news peak since the one registered in 2009 due to the COP15 (Boykoff *et al.*, 2021). Beyond these challenges, future research can also implement a qualitative discourse analysis as done in Mercado-Sáez, Suhuquilla-Verdet and Chávez (2019), also deepening the study about the major Actor/Sources.

Broader lines of research associated to the results here delivered are the empirical and theoretical assessment of the relations between risk definitions and production modes. How does this debate happen in cities with less visible impacts? Is the climate change discussion present, and is there denialist content in these cases?

## NOTES

This article elaborates the presentation given during the THINKClima Conference ‘Lobbying for (in)action: Climate emergence, interest groups and denial’, on May 27th of 2021. This work expands results from the master’s thesis financed by the CAPES Agency (Financing Code: 0001) and presented by Gutiérrez (2021) for the city of Santos and is associated to the overarching project “The Challenge of Climate Change Governance in Brazil: a multilevel and multi actor approach (The case of the State of São Paulo)”, funded by São Paulo Research Foundation (Process nº 19/14867-2), and coordinated by Prof. Leila da Costa da Ferreira.

## References

- Akerlof, K. L., Rowan, K. E., La Porte, T., Batten, B. K., Ernst, H., & Sklarew, D. M. (2016). Risky business: Engaging the public on sea level rise and inundation. *Environmental Science and Policy*, 66, 314–323. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2016.07.002>
- Almiron, N., Boykoff, M., Narberhaus, M., & Heras, F. (2020). Dominant counter-frames in influential climate contrarian European think tanks. *Climatic Change*, 162(4), 2003–2020. <https://doi.org/10.1007/s10584-020-02820-4>
- ANDI (2010). *Mudanças climáticas na imprensa brasileira: Uma análise comparativa da cobertura feita por 50 jornais feita entre julho de 2005 e dezembro de 2008 (Coordinated by Veet Vivarta)*. Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) & British Embassy Brasília. <https://andi.org.br/wp-content/uploads/2020/09/Mudanca-climatica-na-imprensa-brasilerira-2005-2008.pdf> <https://bit.ly/3dON9gx>
- Andrade, T. H. N. (1994). *Meio Ambiente e Imprensa: Estudo de caso da Eco-92*. Unicamp.
- Barbi, F. (2014). *Mudanças climáticas e respostas políticas: os riscos na Baixada Santista*. [Doctoral Thesis, State University of Campinas].
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.
- Batty, S., Davoudi, S., & Layard, A. (2008). Sustainable Development and Planning: An overview. In *Planning for a Sustainable Future* (pp. 7–19). Taylor & Francis.
- Beck, U. (2018). *A Metamorfose do Mundo*. Editora Zahar.
- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2007). Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage. *Geoforum*, 38(6), 1190–1204. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.01.008>
- Boykoff, M. (2011). *Who speaks for climate?* Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511978586>
- Boykoff, M., Aoyagi, M., Ballantyne, A.G., Benham, A., Chandler, P., Daly, M., Doi, K., Fernández-Reyes, R., Hawley, E., Jiménez Gómez, I., Lyytimäki, J., McAllister, L., McNatt, M., Mervaala, E., Mocatta, G., Nacu-Schmidt, A., Oonk, D., Osborne-Gowey, J., Pearman, O., Petersen, L.K., Simonsen, A.H., and Ytterstad, A. (2021). *World newspaper coverage of climate change or global warming, 2004-2021*. Media and Climate Change Observatory Data Sets. Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, University of Colorado. <https://doi.org/10.25810/4c3b-b819>
- Braasch, G. (2013). Climate change: Is seeing believing? *Bulletin of the Atomic Scientists*, 69(6), 33–41. <https://doi.org/10.1177/0096340213508628>
- Broto, V. C., & Bulkeley, H. (2013). A survey of urban climate change experiments in 100 cities. *Global Environmental Change*, 23(1), 92–102. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2012.07.005>
- Brulle, R. J. (2013). Institutionalizing delay: foundation funding and the creation of U.S. climate change

- counter-movement organizations. *Climatic Change*, 122(4), 681–694. <https://doi.org/10.1007/s10584-013-1018-7>
- Bulle, R. J., Carmichael, J., & Jenkins, J. C. (2012). Shifting public opinion on climate change: An empirical assessment of factors influencing concern over climate change in the U.S., 2002–2010. *Climatic Change*, 114(2), 169–188. <https://doi.org/10.1007/s10584-012-0403-y>
- Bulkeley, H. (2001). Governing climate change: The politics of risk society? *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26(4), 430–447. <https://doi.org/10.1111/1475-5661.00033>
- Bulkeley, H. (2021). Climate changed urban futures: environmental politics in the anthropocene city. *Environmental Politics*, 30(1–2), 266–284. <https://doi.org/10.1080/09644016.2021.1880713>
- Bulkeley, H., & Kern, K. (2006). Local government and the governing of climate change in Germany and the UK. *Urban Studies*, 43(12), 2237–2259. <https://doi.org/10.1080/00420980600936491>
- Chakrabarty, D. (2009). The climate of history: Four theses. *Critical Inquiry*, 35(14), 197–222. <https://doi.org/10.7203/KAM.14.15052>
- Chichester District Council. (2021). *Chichester local plan review update: 22 June 2021*. Chichester District Council. <https://bit.ly/3yzBzzz>
- Darr, J. P., Hitt, M. P., & Dunaway, J. L. (2018). Newspaper closures polarize voting behavior. *Journal of Communication*, 68(6), 1007–1028. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy051>
- Douglas, M., & Wildavsky, A. (1983). *Risk and culture*. University of California Press.
- Environment Agency. (2016). *Medmerry Managed realignment - Monitoring update: Summer 2016*. UK Government. Environment Agency. <https://bit.ly/3IL9WYFhttp://www.cdas.info/PDF/Medmerry%20monitoring%202016%20report%20final.pdf>
- Ferreira, L. da C., & Tavolaro, S. B. F. (2008). Environmental concerns in contemporary Brazil: An Insight into Some Theoretical and Societal Backgrounds (1970s–1990s). *International Journal of Politics, Culture and Society*, 19(3/4), 161–177. <https://doi.org/10.1007/s10767-008-9021-0>
- Freitas, D. M., Carvalho D. A., Hosokawa, E. K. (2019) Adapting to a changing climate: An operational space for local adaptation committee in Santos coastal area. In *Climate Change in Santos Brazil, Impacts and Adaptation Options*. Cham: Springer Nature Switzerland (pp. 285–302).
- Figueiredo, L. (2016, October 30). Porto deve se preparar para os impactos do avanço do mar. *A Tribuna de Santos*, C-3.
- Gamson, W., Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power. *The American Journal of Sociology*, 95(1), (1–37).
- Gutiérrez, E. P. (2021). *Governança das mudanças climáticas em Santos e sua cobertura na mídia impressa: Uma análise relacional entre 2015 e 2020*. [Master's Dissertation, State University of Campinas].
- Hall, S. (1973). The “structured communication” of events. In *Obstacles to Communication Symposium*. [http://epapers.bham.ac.uk/2960/1/Hall\\_SOP05\\_1973.pdf](http://epapers.bham.ac.uk/2960/1/Hall_SOP05_1973.pdf)
- Hannigan, J. (2006). *Environmental Sociology*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203001806>
- Hansen, A. (2010). *Environment, Media and Communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203860014>
- Harari, J., Camargo, R. de, Souza, C. R. de G., & Nunes, L. H. (2019). Projections and uncertainties of sea level trends in Baixada Santista. In *Climate Change in Santos Brazil: Projections, Impacts and Adaptation Options* (pp. 75–97). Springer Nature Switzerland.
- Jasanoff, S. (2010). A new climate for society. *Theory, Culture and Society*, 27(2), 233–253. <https://doi.org/10.1177/0263276409361497>

- Kahan, D. (2010). Fixing the communications failure. *Nature*, 463(7279), 296–297. <https://doi.org/10.1038/463296a>
- Leiserowitz, A. A., Maibach, E., Rosenthal, S., Kotcher, J., Bergquist, P., Ballew, M., Goldberg, M., Gustafson, A., & Wang, X. (2020). *Climate Change in the American Mind: April 2020*. Yale Program on Climate Change Communication. <https://bit.ly/3ISGz78>
- Lorenzoni, I., Nicholson-Cole, S., & Whitmarsh, L. (2007). Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications. *Global Environmental Change*, 17(3–4), 445–459. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2007.01.004>
- Marengo, J., Muller-Karger, F., Pelling, M., Reynolds, C. J., Merrill, S. B., Nunes, L. H., Paterson, S., Gray, A. J., Lockman, J. T., Kartez, J., Moreira, F. A., Greco, R., Harari, J., Souza, C. R. G., Alves, L. M., Hosokawa, E. K., & Tabuchi, E. K. (2017). An integrated framework to analyze local decision making and adaptation to sea level rise in coastal regions in Selsey (UK), Broward County (USA), and Santos (Brazil). *American Journal of Climate Change*, 06(02), 403–424. <https://doi.org/10.4236/ajcc.2017.62021>
- Mason, L. (2016). A cross-cutting calm: How social sorting drives affective polarization. *Public Opinion Quarterly*, 80(Special issue 1), 351–377. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw001>
- McCright, A. M., & Dunlap, R. E. (2010). Anti-reflexivity: The American conservative movement's success in undermining climate science and policy. *Theory, Culture and Society*, 27(2), 100–133. <https://doi.org/10.1177/0263276409356001>
- Mercado-Sáez, M. T., Sahuquillo-Verdet, F. Y., Chávez, M. (2019). Social media framing in the journalistic coverage of oil survey permits in the Mediterranean. *Communication & Society*, 32(4), 307–323. <https://doi.org/10.15581/003.32.4.307-323>
- Ministério Público Federal (2017). *Termo de acordo para homologação judicial nos autos da ação civil pública nº 0004665-36.2015.403.6104 da 3ª Vara Federal em Santos*. Brazilian Government. <https://bit.ly/3s2t3b2>
- Nisbet, M. C. (2010). Knowledge into action: Framing the debates over climate change and poverty. In J. A. Kuypers & P. D'Angelo (Eds.), *Doing News Framing Analysis Theoretical and Empirical Perspectives*. Routledge.
- O'Neill, S., & Nicholson-Cole, S. (2009). "Fear won't do it": Promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science Communication*, 30(3), 355–379. <https://doi.org/10.1177/1075547008329201>
- Paterson, S. K., Pelling, M., Nunes, L. H., de Araújo Moreira, F., Guida, K., & Marengo, J. A. (2017). Size does matter: City scale and the asymmetries of climate change adaptation in three coastal towns. *Geoforum*, 81, 109–119. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.02.014>
- Pidgeon, N., Kaspersen, R. E., & Slovic, P. (2003). Conceptual foundations. In *The social Amplification of Risk* (pp. 11–12). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511550461>
- Shwom, R. L., McCright, A. M., Brechin, S. R., Dunlap, R. E., Marquart-Pyatt, S. T., & Hamilton, L. C. (2015). Public opinion on climate change. In R. E. Dunlap & R. J. Brulle (Eds.), *Climate Change and Society* (pp. 269–299). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199356102.003.0009>
- Van Gorp, B. (2010). Strategies to take subjectivity out of framing analysis. In P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Eds.), *Doing News Framing Analysis* (pp. 84–110). Taylor & Francis.
- Vella, K., Butler, W. H., Sipe, N., Chapin, T., & Murley, J. (2016). Voluntary collaboration for adaptive governance: The Southeast Florida regional climate change compact. *Journal of Planning Education and Research*, 36(3), 363–376. <https://doi.org/10.1177/0739456X16659700>
- West Sussex County Council. (2019). *About West Sussex*. West Sussex County Council. <https://bit.ly/3ESXQKK>

### About the author

**Eduardo Prado Gutiérrez** studies social and interdisciplinary issues related to climate change, and has received a Master's Degree in Sociology from the State University of Campinas (Brazil) for the completion of his Dissertation "Governance of Climate Change Governance in Santos-SP and coverage in the local print media: a relational analysis between 2015 and 2020", supervised by Prof. Dr. Leila da Costa Ferreira. For completion of the master's degree, he has received support from the Brazilian agency CAPES between March 2019 and March 2021 (Code 001).

# ARTÍCULOS

*ARTICLES*



## Las lenguas minoritarias en la Sociedad de la Información. Cartografía, revitalización y aprendizaje del aragonés en entornos virtuales

*Minority languages in the Information Society. Cartography, revitalization  
and learning of Aragonese on virtual environments*

**Dr. David García-Marín**

Universidad Rey Juan Carlos | Calle Camino del Molino, 5, 28943 Fuenlabrada | España |  
<https://orcid.org/0000-0002-4575-1911> | [david.garciam@urjc.es](mailto:david.garciam@urjc.es)

**Alejandro Ibáñez-Alcázar**

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) | Calle Juan del Rosal, 14, 28040 Madrid  
| España | <https://orcid.org/0000-0002-0947-1218> | [aibanez280@alumno.uned.es](mailto:aibanez280@alumno.uned.es)

**Fechas | Recepción: 04/07/2021 | Aceptación: 30/11/2021**

Investigación financiada por el Proyecto *Internética*. Proyecto I+D+i subvencionado por el MCINN (PID  
2019-104689RB-100). Fecha de inicio: 1 de junio 2020. Fecha de fin: 1 de junio 2023.

### Resumen

El presente trabajo analiza la situación actual de la lengua aragonesa en la Red; una lengua minoritaria y minorizada que, según la UNESCO, se encuentra en peligro de extinción. Sin embargo, gracias a Internet y a la rápida expansión de la Web 2.0, las lenguas minoritarias como el aragonés cuentan con nuevas oportunidades para su revitalización. El objetivo es comprender cómo las nuevas tecnologías y el conjunto de posibilidades que ofrece la Web influyen positivamente en su visibilidad y contribuyen a evitar su desaparición. Para ello, esta investigación -de tipo eminentemente cualitativo- se desarrolla desde dos enfoques: en primer lugar, desde una perspectiva comunicativa, para hacer una aproximación a la presencia, uso y difusión del aragonés en plataformas virtuales; y, en segundo lugar, desde una mirada educativa, para analizar las posibilidades de aprendizaje de esta lengua en

### Abstract

*This paper analyzes the current situation of the Aragonese language on the Web; a minority language that, according to UNESCO, is threatened with extinction. However, thanks to the Internet and the development of Web 2.0, minority languages such as Aragonese have new opportunities for revitalization. The objective is to understand how new technologies and the Internet positively impact on its visibility and contribute to prevent their decline. To this end, the research, which is eminently qualitative, is conducted from two different approaches. From a communicative perspective, the aim is to discover the presence, use and spread of Aragonese in virtual platforms. Secondly, from an educational perspective, this research analyzes the possibilities of learning this language in these digital spaces. Our results show that the*

estos entornos digitales. Nuestros resultados ponen de manifiesto que la lengua aragonesa está cada vez más presente en la Red y que en los últimos años ha visto incrementada su presencia en plataformas y herramientas virtuales, que pueden facilitar su visibilidad y dignificación. Por contra, su presencia en medios de comunicación online es muy escasa. En la misma línea, se observan reducidas oportunidades para aprender la lengua a través de la Red, tarea manifiestamente laboriosa y complicada por el reducido número de webs donde hallar recursos educativos digitales.

**Palabras clave:** NTIC, medios sociales, entornos virtuales de aprendizaje, lengua aragonesa, revitalización lingüística.

*Aragonese language is increasingly present on the Internet and that in recent years its presence in virtual platforms has increased, which can dignify it and facilitate its visibility. In contrast, its use in digital media is very low. In the same vein, this study observes that there are few opportunities to learn this language online. This task is certainly laborious and complicated due to the limited number of websites where digital educational resources can be found.*

**Keywords:** ICT, social media, virtual learning environments, minority languages, language revitalization.

## 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente se hablan alrededor de 6.000 lenguas en el mundo (UNESCO, 2010). Esta diversidad cultural requiere ser valorada y protegida, más aún cuando existe una situación crítica para un conjunto de lenguas minoritarias en peligro de desaparición. Precisamente, la lengua aragonesa es una de las aproximadamente 2.500 lenguas amenazadas que la UNESCO recoge en la última edición de su *Atlas de las Lenguas del Mundo en Peligro* (2010). La situación de la lengua aragonesa resulta especialmente preocupante y merece ser objeto de investigación desde diferentes áreas con el fin de describir con la mayor exactitud posible su situación actual y plantear medios para revitalizarla.

Sin embargo, gracias a las nuevas herramientas tecnológicas de la información y la comunicación (NTIC, en adelante), el nacimiento de Internet, la rápida expansión de la Web 2.0 y el profundo cambio del ecosistema mediático y comunicacional derivado de estos procesos (Gil-Ramírez y Gómez de Travesedo-Rojas, 2018), las lenguas minoritarias como el aragonés pueden contar con nuevas oportunidades para su conservación y refuerzo. Los hablantes de cualquier idioma pueden ahora convertirse en sujetos activos y creadores de contenido en la Red. En concreto, los hablantes de la lengua aragonesa disponen de un conjunto modesto, pero cada vez más amplio, de entornos y herramientas virtuales para la difusión y el aprendizaje de esta lengua. En este contexto, resulta esencial conocer en qué medida las nuevas tecnologías y la expansión de la Web 2.0 pueden influir en su revitalización y cómo se está avanzando para conseguirla.

Diversas instituciones internacionales como la UNESCO (2010) y el Consejo de Europa (1992), además de autores reconocidos como Crystal (2000) o Moseley (2010), han alertado durante las últimas décadas sobre la situación de precariedad en la que se encuentra una buena parte de los idiomas del mundo; estimando que, a lo largo de este siglo, podrían desaparecer aproximadamente la mitad de estas lenguas. Este hecho resultaría de una extremada relevancia, no solo en el plano lingüístico, sino también en el cultural, e impactaría en aquellas sociedades y culturas minoritarias que podrían perder una parte fundamental de su identidad. En este sentido, Ovide (2008, p. 99) señala que “las lenguas son probablemente la seña de identidad más importante de una cultura, ya que codifican la realidad y la percepción del

mundo de sus hablantes”. En la misma línea, Crystal (2000, p. 98-99) manifiesta la necesidad de promover una mayor concienciación hacia esta problemática, ya que nos encontramos ante un desafío global que conviene afrontar, de modo que “todas las lenguas minoritarias y en peligro se beneficiarán de un aumento de la consciencia universal sobre diversidad lingüística”. Este mismo autor, partiendo de un cuerpo de datos obtenidos en diferentes proyectos sobre mantenimiento de lenguas, propone seis factores que podrían reconocerse para una teoría sobre revitalización lingüística basada en las ideas de: (1) prestigio, (2) bienestar, (3) poder legítimo, (4) representación educativa, (5) capacidad de expresión escrita y (6) uso de tecnología electrónica por parte de la comunidad de hablantes.

**Tabla 1**  
*Factores-postulados para la revitalización de las lenguas minoritarias*

	<b>Factores-postulados de Crystal (2000)</b>
<b>1</b>	Una lengua en peligro progresará si sus hablantes aumentan su prestigio dentro de la comunidad dominante.
<b>2</b>	Una lengua en peligro progresará si sus hablantes aumentan su bienestar en relación con la comunidad lingüística dominante.
<b>3</b>	Una lengua en peligro progresará si sus hablantes aumentan su poder legítimo a los ojos de la comunidad dominante.
<b>4</b>	Una lengua en peligro progresará si sus hablantes tienen una representación fuerte en el sistema educativo.
<b>5</b>	Una lengua en peligro progresará si sus hablantes pueden escribirla.
<b>6</b>	Una lengua en peligro progresará si sus hablantes pueden utilizar la tecnología electrónica en dicha lengua.

Fuente: Crystal (2000).

Por su parte, Ovide (2008) propone cinco grandes tareas para la recuperación de lenguas y culturas amenazadas, y cómo las tecnologías de la información y la comunicación pueden contribuir en cada una de ellas: (1) documentación, (2) difusión, (3) comunicación, (4) formación y (5) comercialización.

**Tabla 2**  
*Tareas para la recuperación de las lenguas minoritarias*

	<b>Tarea</b>	<b>Contribución de las NTIC</b>
<b>1</b>	Documentación	Obtención de los datos y su grabación en diferentes formatos y soportes a fin de contar con evidencias reales de dicha lengua.
<b>2</b>	Difusión	Publicación de los contenidos en la Red a través de plataformas digitales y de forma fácilmente accesible. “Si no estamos en Internet, sencillamente no existiremos para la inmensa mayoría del mundo” (Ovide, 2008, p. 104).
<b>3</b>	Comunicación	Creación de una comunidad virtual en la que los hablantes de una

		lengua amenazada puedan comunicarse e interactuar.
4	Formación	Expansión del conocimiento sobre la cultura y la lengua amenazada a través de la Red de forma accesible para toda la población.
5	Comercialización	Concienciación de los hablantes sobre la defensa de su lengua, con el fin también de atraer a nuevos hablantes potenciales.

Fuente: Ovide (2008).

Sin duda, todas estas acciones de revitalización se han visto favorecidas desde la llegada de la Web 2.0. Los hablantes de cualquier lengua pueden tener acceso, siempre que dispongan de los medios necesarios, a una gigantesca red donde pueden crear su propio espacio de convivencia y participación digital en su idioma. En esta línea, Belmar y Glass (2019) profundizan en el concepto de comunidad virtual como refugio para las diferentes especies lingüísticas del mundo y señalan que estas comunidades digitales pueden ser “la herramienta perfecta para que las lenguas minoritarias reclamen su propio espacio, dentro del sálvese quien pueda que es Internet” (Belmar y Glass, 2019, p. 15). La presencia digital “es un componente clave para el empoderamiento de comunidades lingüísticas minorizadas alrededor del mundo” (Belmar, 2020, p. 117), por lo que Internet y las redes sociales deben ser reconocidos como herramientas para programas de revitalización lingüística (Ovide, 2008; Crystal, 2000; Paricio-Martín y Martínez-Cortés, 2010; Campos-Bandrés, 2015; Belmar y Glass, 2019).

Como señalamos anteriormente, el aragonés es uno de estos idiomas minoritarios. Se trata de una lengua romance que todavía se habla en diferentes zonas, especialmente en el norte de Aragón. Está reconocida como lengua propia de esta comunidad autónoma, tal como se recoge en su Estatuto de Autonomía (2007) y en la vigente Ley de Lenguas de Aragón (2013). En la actualidad, se mantiene viva, aunque debilitada y amenazada. Según datos obtenidos del Censo de Población y Viviendas de 2011 del INE (Instituto Nacional de Estadística), el número de hablantes de aragonés sería de aproximadamente 25.000 personas. Si incluimos también a quienes lo pueden entender, esta cifra podría elevarse hasta las 45.000. Se trata de una de las lenguas amenazadas que la UNESCO recoge en la última edición de su *Atlas de las Lenguas del Mundo en Peligro* (2010). El Consejo de Europa (1992) la considera como una de las *unique minority languages*, ya que se utiliza exclusivamente en un territorio muy reducido.

## 2. OBJETIVOS Y MÉTODO

El objetivo principal de esta investigación será comprender cómo influyen las nuevas plataformas y herramientas virtuales en la difusión, el uso y el aprendizaje de la lengua aragonesa. De este primer objetivo derivan los siguientes, más específicos: (1) analizar su presencia y uso en diferentes plataformas digitales e interpretar la influencia de estos recursos en la revitalización de esta lengua minoritaria, (2) localizar plataformas digitales relacionadas con la lengua aragonesa y describir su contribución a la revitalización de este idioma, (3) producir una lista de herramientas educativas virtuales con recursos disponibles para su aprendizaje, (4) conocer el nivel de integración de las tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza del aragonés y (5) exponer las opciones formativas en modalidad *online* que existen en la enseñanza de la lengua aragonesa.

Para la ejecución de esta investigación, se han combinado dos técnicas de tipo cualitativo: la entrevista semiestructurada y la observación no participante. En primer lugar, se realizaron entrevistas a un total de 14 informantes clave, expertos en lengua aragonesa con diferentes perfiles en el ámbito de la gestión, la formación (en todos los niveles), la comunicación en entornos virtuales y el tejido asociativo vinculado con nuestro objeto de estudio. Los perfiles de los sujetos entrevistados fueron los siguientes:

- Director del Centro Aragonés de Tecnologías para la Educación (CATEDU).
- Director General de Política Lingüística del Gobierno de Aragón.
- Jefe de Servicio de la Dirección General de Política Lingüística (DGPL, en adelante) del Gobierno de Aragón.
- Doctora en Filología Hispánica, asesora docente de la DGPL del Gobierno de Aragón y profesora de la Universidad de Zaragoza (Diploma de Filología Aragonesa y mención de Lengua Aragonesa en los grados de Magisterio).
- Doctora en Educación, directora del Diploma de Especialización en Filología Aragonesa de la Universidad de Zaragoza, investigadora y profesora de la Universidad de Zaragoza.
- Experto en radio y comunicación digital.
- Maestra perfil 1. Especialista en lenguas: inglés, francés y aragonés.
- Maestro perfil 2. Maestro de aragonés en Infantil y Primaria.
- Profesor perfil 3. Profesor de aragonés en Secundaria.
- Portavoz de la Asociación Cultural *Nogarà-Religada*.
- Portavoz Asociación Cultural *Consello d'a Fabla Aragonesa*.
- Youtuber e *instagramer* de referencia para el aragonés.
- Responsable de la web de las *Lenguas de Aragón*.
- Miembro de la organización *Softaragonés* e investigador sobre el aragonés.

Asimismo, se ha hecho uso de métodos observacionales (observación sistematizada no participante) sobre plataformas virtuales generales y específicas relacionadas con la lengua aragonesa, así como portales y herramientas educativas virtuales dedicados al aragonés. En concreto, los ámbitos de observación analizados fueron: (1) lenguas minoritarias en la Red, (2) webs y blogs en aragonés, (3) asociaciones por el aragonés en la Red, (4) instituciones aragonesas en la Web, (5) medios digitales, (6) herramientas lingüísticas y educativas, (7) redes sociales, (8) aplicaciones para dispositivos móviles. Se utilizó un diario de campo para recoger la información necesaria a fin de alcanzar los fines propuestos.

Los resultados producidos con ambas técnicas de investigación (entrevistas y observación no participante) fueron articulados mediante complementación, una estrategia que combina los resultados procedentes de diferentes instrumentos de investigación cuando éstos no guardan entre sí relaciones jerárquicas ni de dependencia, sino que tienen una relevancia similar para la consecución de los objetivos del estudio (Callejo y Viedma, 2005).

El trabajo de campo no ha estado exento de dificultades, que derivan en una serie de limitaciones que esta investigación presenta. En primer lugar, solo ha sido posible el análisis de las herramientas educativas más populares entre los docentes y aquellas cuyos contenidos se presentan accesibles en abierto. Por otro lado, cabe señalar que las plataformas y herramientas virtuales observadas se encuentran en continua actualización de contenido; por

lo que es posible que se hayan producido algunos cambios desde el periodo de análisis de este trabajo, que se prolongó durante seis meses, desde enero hasta junio de 2021.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. Presencia y uso del aragonés en la Red

La presencia del aragonés en la Red data de 1994, gracias a la creación de la página web de la Asociación Cultural *Nogará-Religada*. Si aplicamos los postulados de Crystal (2000), observamos que uno de los puntos fuertes para su revitalización está relacionado con el avance en materia de herramientas digitales para esta lengua, gracias al esfuerzo de iniciativas particulares y públicas. La progresiva incorporación del aragonés al sistema educativo y las nuevas modalidades de formación online también suponen un gran aliento para su conservación, junto con la importante contribución para su defensa y visibilización por parte de asociaciones, colectivos y del activismo por la lengua aragonesa, que actúan tanto en entornos presenciales como en la Red. Sin embargo, la carencia de una grafía y gramática común pone en riesgo su potencial expansión. Otros obstáculos son la escasa financiación dedicada, así como su limitada presencia en medios de comunicación digitales, como se expondrá más adelante.

En cuanto a las tareas que propone Ovide (2008) para la recuperación de lenguas y culturas amenazadas (en relación con las NTIC), podríamos considerar que algunas de estas tareas han sido realizadas en el caso del aragonés; por ejemplo, el proceso de documentación y de difusión. En cambio, a pesar de los avances que se han materializado en los últimos años, existen otras tareas que todavía pueden ser mejoradas, tales como la creación de una comunidad robusta en la Red, el diseño de planes de formación online y la colaboración para la difusión de campañas de concienciación.

##### 3.1.1. El aragonés en webs y medios digitales

En este apartado se analizarán en detalle los espacios virtuales donde existe presencia y uso del aragonés, tanto en webs de instituciones y asociaciones como en medios de comunicación. En concreto, se expondrán los (1) espacios online de proyectos internacionales, (2) webs de instituciones y asociaciones y (3) medios de comunicación digitales.

###### 3.1.1.1. Proyectos internacionales

En este ámbito, destacan el *Atlas de las Lenguas del Mundo en Peligro* dentro de la web de la UNESCO, donde la lengua aragonesa es catalogada como “*definitely endangered*” (“claramente en peligro”); el espacio web de la campaña *Diversidad Lingüística* de la Comisión Europea (2012-2013), donde también se hace referencia al aragonés; y otros proyectos europeos sobre educación multilingüe y aprendizaje de lenguas, como el que desarrolla *Mercator* (alojado en la *Fryske Akademy*). Desde la web de este último proyecto, se accede a una *wiki* sobre lenguas minoritarias europeas, un mapa, así como dosieres sobre la situación educativa de algunas de estas lenguas (donde la aragonesa está incluida).

Por otra parte, el *Proyecto Idiomas en Peligro de Extinción (ELP-Endangered Languages Project)* consiste en una iniciativa global cuyo espacio online presenta información sobre las lenguas en vías de desaparición a nivel internacional. Destaca su mapa interactivo y la elevada cantidad de recursos audiovisuales que ofrece sobre estas lenguas. También resulta relevante el proyecto

POCTEFA-LINGUATEC, financiado por la Unión Europea con la participación del Gobierno de Aragón, cuyo objetivo es desarrollar y difundir nuevos recursos, herramientas y aplicaciones lingüísticas para la digitalización del aragonés y otras lenguas como el euskera y el occitano.

### 3.1.1.2. Webs de instituciones y asociaciones

Uno de los espacios virtuales más destacados en torno al aragonés es la *Web de las Lenguas de Aragón*. Se trata de una iniciativa institucional, gestionada por la DGPL del Gobierno de Aragón con el objetivo de proteger, promocionar y difundir las lenguas propias de Aragón (aragonés y catalán de Aragón). Esta web contiene un elevado volumen de información, recursos y enlaces de interés. Entre otras opciones, es posible consultar el *Archivo Audiovisual del Aragonés* y acceder a reportajes sobre esta lengua. Asimismo, concentra y organiza diferentes proyectos e iniciativas (por ejemplo, el proyecto *Aragón 3L* o la iniciativa *Agora x l'aragonés*, que cuenta con un blog vinculado), además de alojar el portal de la radio en aragonés *Chisla Radio* y enlazar diversas herramientas lingüísticas en aragonés (*Aragonario* y *Traduze*) y su canal de *YouTube*. Según fuentes de la DGPL del Gobierno de Aragón, durante el año 2020 el número de visitas que recibió esta web fue de 641.548, con un total de 117.778 visitantes. Esta iniciativa, que nació en 2017, lleva camino de alcanzar en 2021 los 2 millones de consultas. También resulta interesante la actividad del portal *Charrando*, un espacio que actualmente se encuentra desactualizado, pero que tuvo gran relevancia en la década de los 2000.

El uso del aragonés en el conjunto de las webs institucionales de la región podría describirse como esporádico y anecdótico. Existe algún ejemplo destacable, como el portal de la *Comarca Alto Gállego*, que ofrece un repositorio con información sobre el aragonés del Alto Gállego o algunos apartados de la web de la *Comarca Hoya de Huesca*. Un panorama muy similar se da en los espacios web de las organizaciones políticas de Aragón. Solamente se ha encontrado presencia de esta lengua en cinco espacios: *Chunta Aragonésista*, *Puyalón*, *Purna*, *Estado Aragonés/Estau Aragonés* y el *Sindicato Obrero Aragonés*, aunque el uso de la lengua en estas *sites* es ciertamente limitado.

Sin embargo, existen diferentes espacios virtuales de asociaciones relacionadas con el aragonés donde esta lengua obtiene un mayor protagonismo y cuenta con más recursos y materiales accesibles por los usuarios. Por ejemplo, la web del *Rolde de Estudios Aragoneses (REA)* ofrece una perspectiva amplia de la cultura e identidad aragonesa. Destaca un mapa lingüístico de las lenguas minoritarias en Aragón, una unidad didáctica de acercamiento a la lengua aragonesa, un informe sobre el aragonés en el siglo XXI o la versión digital de la revista infantil *Papirroi*, escrita en aragonés.

La *Academia de l'Aragonés*, constituida por la asociación *Estudio de Filología Aragonesa (EFA)*, ofrece prácticamente todos los textos de su web en esta lengua. Es reseñable la colección EDACAR (Ediciones Digitales de la Academia del Aragonés), así como las publicaciones digitalizadas de todas las colaboraciones en *Heraldo Escolar* (recursos escolares en aragonés). Por su parte, la *Sociedat de Lingüística Aragonesa (SLA)* muestra, sobre todo, información sobre la propia asociación y sus estudios.

### 3.1.1.3. Medios de comunicación digitales

El número de medios de comunicación digitales (diarios digitales, radios online, programas radiofónicos y programas televisión) con presencia del aragonés es muy reducido. El diario

*Arredol* fue el primer diario digital en aragonés, creado en 2011 y cerrado en 2016. La primera página de información exclusivamente en aragonés con presencia en Internet fue *AREbista.net*, una publicación digital quincenal lanzada en el año 2000. Actualmente, no existe ningún diario digital específicamente en este idioma. El diario *AraInfo* dedica algún espacio en su web a esta lengua, sobre todo en las entradas que tratan sobre las lenguas de Aragón. Asimismo, la sección *Heraldo Escolar* del *Heraldo de Aragón* incluye desde 2013 (en su versión física y digital) una columna en esta lengua dedicada a recursos escolares.

La única emisora de radio online totalmente en aragonés es *Chisla Radio*. Se trata de un proyecto impulsado por la DGPL del Gobierno de Aragón desde 2017, que ofrece sus programas en formato podcast a través de la plataforma *iVoox*. Apenas existe variedad en su programación: solo cinco espacios con un número muy limitado de episodios. Otras radios independientes han emitido (o emiten) programas en esta lengua, como es el caso de *Radio Topo*, que contaba en su parrilla con los espacios *Fendo Orella* y *A Hora Charrante*, todavía disponibles en su web. El programa *Tierra de Barrenaus* (aún en emisión) es un espacio de radio online con una larga trayectoria, que cuenta con numerosos episodios y un blog vinculado. *Radio La Granja* también cuenta en su parrilla con el programa *O Suenio d'o Dragón*, disponible en *streaming* y en formato podcast.

En cuanto a la televisión, destaca *Charrín Charrán*, el primer programa en aragonés de Aragón TV. Sus capítulos están disponibles a la carta desde la web de este medio.

### 3.1.2. Herramientas lingüísticas digitales y aplicaciones móviles

La gran mayoría de instrumentos de este tipo se ha desarrollado en los últimos años gracias a la actividad de la organización *Softaragonés* y a la DGPL del Gobierno de Aragón. Anteriormente habían existido iniciativas como *FablaGNU* o *laragonesenorete* que consiguieron, entre otros logros, que el aragonés figurara en los listados de códigos ISO, aspecto que ha facilitado los trabajos posteriores en este ámbito.

El *Aragonario* es un diccionario bilingüe aragonés-castellano online con doble sentido de búsqueda. Según sus propios gestores, esta herramienta recibió en el año 2020 alrededor de 83.000 visitas y 38.000 visitantes. Se trata de un proyecto en continua actualización y mejora que comenzó con unas 20.000 entradas en castellano-aragonés y que, ahora, ha superado la cifra de 50.000. En la nueva versión del *Aragonario*, se ha incluido el *Conchugador*, una herramienta que ofrece modelos de conjugación de verbos siguiendo los patrones del aragonés. Estrechamente ligado al *Aragonario* se encuentra el traductor bilingüe castellano-aragonés denominado *Traduze*, que permite traducir textos, documentos completos y páginas web. Esta herramienta persigue un objetivo similar a un proyecto anterior desarrollado por Juan Pablo Martínez (con el apoyo de *Softaragonés*) dentro de la comunidad de *Apertium*. Se trata de un traductor trilingüe que trabaja con textos, documentos y páginas web en las tres lenguas de Aragón (castellano, aragonés y catalán).

En otro orden, el *Tesoro d'a Luenga Aragonesa* es una recopilación de términos aragoneses incluidos en diferentes repertorios léxicos. En la Red podemos encontrar la edición digital de este diccionario, alojado dentro de la sección de patrimonio lingüístico de la web del SIPCA (Sistema de Información del Patrimonio Cultural Aragonés).

La *Biquipedia* (*Wikipedia* en aragonés) es una enciclopedia libre impulsada desde la

organización *Softaragonés*. Se nutre de contenido propio, creado en aragonés de forma colaborativa entre los usuarios que participan en esta *wiki*. Existen casi 40.000 artículos disponibles en aragonés, que sitúan a este recurso en la posición 103 del ranking global de *wikipedias*, justo por delante de la versión en kurdo y 10 puestos por debajo de la propia del gaélico/irlandés.

Por otro lado, la organización *Softaragonés* es la responsable de la adaptación de una amplia variedad de *software*, que puede descargarse a través de su propia web. Algunos ejemplos de recursos informáticos actualizados disponibles actualmente en aragonés son *Firefox* y *LibreOffice*, el corrector ortográfico de *Hunspell* (empleado en *LibreOffice*, *Thunderbird*, *Firefox* o *Linux*) y *eSpeak* (sintetizador de voz), además de poder emplear el aragonés como lengua vehicular en *Moodle*, *MediaWiki* o *Scratch*, entre otras plataformas y programas. En cuanto a las aplicaciones para dispositivos móviles, la mayor parte están enfocadas a la comunicación más que al aprendizaje de la lengua y han sido desarrolladas e impulsadas, principalmente, por la organización *Softaragonés* o por la DGPL de Aragón. En la tabla 3 se recogen las *apps* más relevantes, indicando sus creadores y los sistemas operativos donde están disponibles.

**Tabla 3**  
*Aplicaciones para dispositivos móviles en aragonés*

	Aplicación	Android	iOS
Softaragonés	Opción de usar el navegador <i>Firefox</i> en aragonés.	X	X
	Opción de usar la red social <i>Telegram</i> en aragonés.	X	X
	<i>Swiftkey</i> : teclado predictivo en aragonés.	X	X
	<i>Lichess</i> : para jugar al ajedrez en aragonés.	X	X
	<i>Birthdays</i> y <i>Birthday Calendar</i> : recordatorios de cumpleaños	X	
DGPL	<i>Ilesias del Sarrablo</i> : ofrece información sobre las famosas iglesias de la zona del Sarrablo (Huesca).	X	X
	<i>Camino de Santiago en Aragón</i> : información sobre la ruta del Camino de Santiago a su paso por Aragón.	X	X
	<i>LiteARAtura</i> : información acerca de la vida y obra de autores de la literatura en aragonés. Existen varias obras disponibles online.	X	
	<i>Agora por l'aragonés</i> : enlaces a herramientas y recursos online, así como información sobre los colaboradores de esta iniciativa.	X	
Otras	Teclado predictivo de <i>Google (Gboard)</i> .	X	
	<i>Softcatalà</i> : traductor aragonés-catalán (y catalán-aragonés).	X	X
	<i>Aragonese-Spanish Translator</i> : traductor castellano-aragonés (en doble dirección).	X	

Fuente: elaboración propia.

### 3.1.3. El aragonés en las redes sociales

En este apartado se analizará la presencia y uso del aragonés en las principales redes sociales:

*Facebook* (grupos, páginas y perfiles), *Instagram* (*hashtags* y perfiles), *Twitter* (*hashtags* y perfiles), además de *YouTube* y *Vimeo*.

En *Facebook* existen diferentes grupos (públicos y privados), donde los usuarios emplean con frecuencia esta lengua. En general, sus miembros suelen compartir enlaces de interés sobre el aragonés (información, noticias, vídeos, imágenes...) y comentan noticias de carácter político, social o académico sobre su situación. Tres ejemplos de grupos activos son: *Tradizions y paroletas d'o nuestro Aragón*; *Aragonés: actividatz y recursos*; y *Aragonés: charrar, ragonar, parlar, fablar...* Este último grupo ha sido analizado por Belmar (2020), quien lo considera un ejemplo de comunidad virtual que sirve de refugio para una lengua minoritaria, en este caso, la aragonesa.

En *Facebook* también se puede hallar una presencia considerable a través de páginas y, sobre todo, perfiles. En la mayoría de los casos observados, la lengua se emplea con tres intenciones: en primer lugar, para la difusión de información de carácter lingüístico, cultural e histórico; por otra parte, para reflexionar sobre la propia lengua; y, en menor grado, los usuarios también la usan para hablar de temas cotidianos y de experiencias personales.

En la red social *Instagram*, el *hashtag* con más actividad es *#aragones* (más de 8.300 publicaciones). Junto a su variante con tilde (*#aragonés*), suman más de 11.000 publicaciones en total (en junio de 2021). Otro *hashtag* muy recurrido es *#lenguaaragonesa* (con más de 1.000 publicaciones), mientras que su variante en aragonés (*#luengaaragonesa*) tiene unas 230. Existen algunos *hashtags* específicos para las variedades dialectales del aragonés, por ejemplo: *#cheso* (1.949 publicaciones), *#patués* (121), *#chistabin* (59) o *#ansotano* (50).

Entre los perfiles, encontramos la presencia de varios *influencers* que utilizan el aragonés y que realizan una labor muy relevante en su visibilización debido a la calidad de su contenido y repercusión. La mayoría de ellos utiliza esta lengua con el fin de visibilizarla y difundirla, tratando sobre distintas temáticas: experiencias personales, humor, creación literaria, recursos didácticos, eventos y noticias. Predominan los contenidos sobre asuntos cotidianos, a fin de atraer al público joven y motivarles a aprender y defender la lengua. Destacan, por ejemplo, los contenidos que difunde en sus *posts* y *stories* la *influencer* Silvia Cebolla (@silvia\_cebolla), los *posts* en clave de humor de *Memes en aragonés* (@memes.en.aragones) y *Ribagorzan memes* (@ribagorzan\_memes), el contenido didáctico de *En patués* (@en.patues), además del perfil del programa *Charrín Charrán* o los de asociaciones culturales (como el *Consello d'a Fabla Aragonesa*, *Nogarà-Religada* o el *Ligallo de Fabláns*) e instituciones formativas (*Diploma Filología Aragonesa*).

En *Twitter*, el *hashtag* con más actividad es *#aragones*. Cuenta con una gran variedad temática: noticias y artículos sobre el aragonés y la identidad aragonesa, creación literaria y vídeos de programas de televisión. Otros *hashtags* relevantes son: *#aragonesoficial*, *#lenguaaragonesa*, *#luengaaragonesa*, *#vivirenaragones* o *#aragonesofizial*, así como aquellos que hacen referencia a sus variedades dialectales. En esta red social, es saliente el perfil de Jorge Pueyo (@jorge\_pueyo95), que ofrece un diario matinal en aragonés, además de otros perfiles activos como el del programa *Charrín Charrán*.

Por otra parte, las plataformas digitales de contenidos audiovisuales como *YouTube* y *Vimeo* representan una oportunidad para difundir esta lengua a través de un contenido cada vez más demandado. *YouTube* ofrece una gran variedad de recursos, algunos de gran valor e interés

educativo. Cuenta con un amplio repositorio de vídeos de diversas temáticas y con importantes posibilidades educativas. En muchas ocasiones, este material audiovisual es compartido a través de las redes sociales anteriormente referidas. Sin embargo, en *YouTube* encontramos un escaso número de canales dedicados expresamente a la enseñanza del aragonés (*Parola-Paroleta*, el canal de Javier Vispe y *Millor en Aragonés*, básicamente); aunque existen espacios de carácter más general que ofrecen recursos muy interesantes, por ejemplo, el canal de las *Lenguas de Aragón* o el del programa *Charrín Charrán* (la sección *Pizarra y clarión*). En la tabla 4 se exponen algunos ejemplos de canales de *YouTube*, organizados por las temáticas más frecuentes.

**Tabla 4**  
*Ejemplos de canales en aragonés en YouTube*

Comunicación y difusión	Entretenimiento	Educación
<i>Lenguas de Aragón</i>	<i>Silvia Cebolla</i>	<i>Parola-Paroleta</i>
<i>Charrín Charrán</i>	<i>Cintas d'Enguero</i>	<i>Javier Vispe</i>
<i>Iris O. Campos Bandrés</i>	<i>Aguarash Entertainment</i>	<i>Millor en Aragonés</i>
<i>Nogará</i>	<i>Jorge Pueyo</i>	
<i>Barrenau</i>	<i>Roberto Rodes</i>	
<i>Marco A. Joven Romero</i>		
<i>Charrando TB</i>		

Fuente: elaboración propia.

### 3.2. Aprendizaje del aragonés a través de entornos y herramientas digitales

#### 3.2.1. Entornos virtuales de aprendizaje

*Recursos en línea para el aragonés* es la principal base de herramientas y recursos didácticos online para el aprendizaje de esta lengua. Gestionada por la DGPL, ofrece una gran variedad de materiales: enlaces a herramientas lingüísticas (*Aragonario* y *Traduze*), documentos para descargar (criterios lingüísticos, impresos en aragonés o exámenes de nivel) y una serie de recursos didácticos que pueden servir como material educativo para docentes o para el aprendizaje de la lengua de forma autodidacta a través de la Red. Dentro de este conjunto de recursos, es prominente el amplio abanico de materiales digitalizados (manuales, propuestas didácticas o cuentos) disponibles para descargar. Sin embargo, apenas existe posibilidad de interacción entre usuarios a través de estos recursos (solo el programa *Viene-ven* y algunas actividades muy concretas del proyecto *Aragón 3L* ofrecen esta opción, en un nivel muy básico).

A esta plataforma podemos añadir los contenidos y recursos educativos ofrecidos en las webs de las principales asociaciones del aragonés. Asimismo, los blogs pueden resultar espacios útiles para el aprendizaje; sobre todo, aquellos dedicados expresamente a la enseñanza de la lengua. Merecen especial atención dos ejemplos. Por un lado, el blog *L'aragonés en a escuela*, especializado en cuentos y relatos; así como *Parolero* que, además de ofrecer numerosos recursos y propuestas educativas, dispone de un enlace a un *Padlet* (un muro digital) con abundante material. Otro blog que ofrece un contenido reseñable es *Millor en Aragonés*, un

espacio sin actualizar desde 2014, pero donde todavía se encuentran accesibles materiales para aprender aragonés; destacando los vídeos de la serie *Aprende aragonés con Totón*, disponibles también en *YouTube*.

### 3.2.2. *Uso de plataformas y herramientas digitales en la enseñanza formal y no formal*

Una vez expuestos los entornos de aprendizaje, se abordará el uso de estas plataformas y herramientas en el aprendizaje del aragonés en (1) los espacios de enseñanza formal (los colegios e institutos de Educación Primaria y Secundaria de la comunidad autónoma y la Universidad de Zaragoza) y (2) en los contextos de educación no formal.

#### 3.2.2.1. Colegios e institutos de Aragón

Desde el curso 1997-1998 existe una enseñanza reglada del aragonés en la escuela pública de Aragón. Según datos de la DGPL, en el curso 2020-2021, fueron un total de 26 los centros educativos que impartieron la materia de lengua aragonesa, con un alumnado total de 1.097 estudiantes. Diferentes expertos en materia de educación y aragonés consultados señalan que la aplicación de las NTIC en el aula depende en gran medida del perfil docente y de diversos factores personales. Asimismo, en el caso de la enseñanza del aragonés puede influir también la visión que se tenga del ámbito de aplicación de la propia lengua.

Sobre el uso de las nuevas tecnologías para el aprendizaje del aragonés en las aulas, la maestra de perfil 1 participante en nuestras entrevistas (especialista en inglés, francés y aragonés) afirma que las NTIC pueden ser un buen instrumento para darle una perspectiva diferente a las materias lingüísticas, siempre con una finalidad comunicativa, además de una gran herramienta motivacional. Por otra parte, el docente de perfil 2 (maestro de aragonés en Primaria e Infantil), considera que las NTIC pueden facilitar el aprendizaje de aragonés, destacando su valor lúdico. El profesor de perfil 3 (profesor de aragonés en Secundaria) las utiliza con frecuencia porque, opina, ayudan a mejorar la competencia comunicativa y la integración del alumnado en comunidades virtuales de hablantes.

Son una herramienta maravillosa para poder darle un enfoque diferente a las asignaturas lingüísticas (Maestra perfil 1).

Yo utilizo las nuevas tecnologías como enganche, como motivación. Creo que son una gran herramienta motivacional (Maestra perfil 1).

El uso de las NTIC puede resultar muy lúdico y además sirve para repasar vocabulario y conceptos de sesiones anteriores (Maestro perfil 2).

Ayudan a mejorar la competencia comunicativa y a integrar al alumno en una comunidad hablante, aunque sea virtual (Profesor perfil 3).

En cuanto a los recursos utilizados, los expertos entrevistados señalan la relevancia de los libros o materiales impresos que han pasado por procesos de digitalización. Estos expertos defienden el aumento progresivo de recursos y materiales digitales que pueden utilizarse en las aulas.

Desde el punto de vista didáctico, o sea, pensados para el aula, creados como material didáctico... la mayor parte de lo que hay son libros o material impreso que se ha transformado en PDF (Experta en lengua aragonesa y profesora de la Universidad de Zaragoza).

Existen muchísimos materiales digitales que se pueden utilizar. El repositorio ahora es amplísimo (Experta en lengua aragonesa y profesora de la Universidad de Zaragoza).

Ahora hay muchos más recursos. Pero es difícil competir con los materiales y recursos de lenguas mayoritarias como el castellano o el inglés (Asesora docente DGPL y profesora de la Universidad de Zaragoza).

En concreto, las herramientas y recursos digitales que los docentes de aragonés utilizan en sus clases —especialmente con el fin de aumentar la motivación del alumnado— son recursos con un alto componente lúdico. Habitualmente, los docentes tratan de compensar la carencia de materiales adaptados al nivel educativo creando los suyos propios con diferentes herramientas digitales. El profesor de perfil 3 indica que utiliza a menudo Internet, sobre todo algunas de las webs de referencia citadas en este trabajo. Además, emplea algunas herramientas virtuales y el blog. La maestra de perfil 1, por su parte, expone las ventajas del uso de redes sociales (como *YouTube*, *Instagram*, *Twitter*) para realizar proyectos en áreas de lengua (especialmente en niveles avanzados).

Por ejemplo, para crear un cuento con dibujos animados, lo que hago es descargarlo en español o inglés, quitarles el volumen a las voces humanas y redoblarlo en aragonés. Y lo mismo con canciones infantiles (Maestro perfil 2).

Utilizo a menudo Internet, *Ahaslide* y el blog (Profesor perfil 3).

Utilizamos *Instagram* como “contenedor” del trabajo que estábamos haciendo. Y lo que hacían ellos era leerlo y comentar en este perfil. El objetivo era enfocar la lengua como una manera de comunicar y que me comuniquen cosas que me interesan. (Maestra perfil 1).

### 3.2.2.2. Universidad de Zaragoza

En la Universidad de Zaragoza se imparte, desde el curso 2011-2012, el Diploma de Especialización en Filología Aragonesa en modalidad presencial. En el curso 2020-2021, se ofertó la modalidad online de este estudio. Según su directora, las herramientas virtuales van a tener un impacto muy significativo en el Diploma, con consecuencias positivas para la enseñanza, la investigación y la difusión del aragonés.

Las herramientas virtuales le van a dar al Diploma una nueva etapa y van a hacer que se abra a muchísima más gente (Directora del Diploma de Especialización en Filología Aragonesa).

También en el curso 2020-2021, se ha puesto en marcha la mención en Lengua Aragonesa en los Grados de Magisterio de Primaria e Infantil. Este curso, debido a la situación sanitaria, se ha ofrecido la opción de seguir las sesiones teóricas en *streaming*, apostando así por un modelo mixto (*blended learning*). Dos de las profesoras entrevistadas que imparten docencia en estos estudios afirman que la expansión de la Web 2.0 ha servido para democratizar el acceso al aragonés y ha facilitado la autonomía de los estudiantes.

El mundo virtual en el caso de la enseñanza del aragonés juega un papel de democratización. Permite un acceso a muchas personas que, de otro modo, no podrían tener ningún recurso (Experta en lengua aragonesa y profesora de la Universidad de Zaragoza).

Las nuevas tecnologías lo que permiten es una mayor autonomía del alumnado (Asesora docente DGPL y profesora de la Universidad de Zaragoza).

### 3.2.2.3. Educación no formal

La educación no formal ha sido durante mucho tiempo la única opción de aprender aragonés para las personas adultas. La asociación *Nogarà-Religada* cuenta con una larga trayectoria en la enseñanza de esta lengua y, desde hace varios años, ofrece su formación también online. Otros colectivos, como el *Consello d'a Fabla Aragonesa*, a pesar de contar con una gran experiencia en la enseñanza de aragonés, no ofrecen formación a distancia. Por último, cabe citar una alternativa impulsada desde el ámbito institucional: los cursos de aragonés que se organizan periódicamente (actualmente en modalidad online) desde la *Cátedra Johan Ferrández d'Heredia* de la Universidad de Zaragoza y en colaboración con el Gobierno de Aragón.

## 4. CONCLUSIONES

El presente estudio observa que el aragonés está cada vez más presente en la Red. Esta lengua se encuentra en continua expansión a través del mundo digital. En los últimos años se ha visto incrementada su presencia en plataformas y herramientas virtuales y actualmente sigue ganando terreno, sobre todo, en las redes sociales. Se trata de una dinámica muy positiva, puesto que los expertos en la materia coinciden en señalar la importancia de la presencia de una lengua minoritaria en los espacios digitales para impulsar su revitalización. Sin embargo, el aumento del número de espacios de referencia online no significa que el aragonés haya alcanzado las metas deseables en este campo, pues los recursos son aún ciertamente limitados. Asimismo, este desarrollo digital no se ve tan acelerado en el ámbito de la educación virtual. Los espacios dedicados al aprendizaje online son mínimos y se concentran en unos pocos portales de referencia.

En todo caso, resulta más sencillo encontrar recursos en aragonés en el mundo digital que en los contextos analógicos. Gracias a los entornos virtuales, los hablantes de esta lengua cuentan ahora con más espacios donde utilizarla de forma diaria, integrándola en su vida, y donde poder socializar a través de una red de usuarios cada vez más amplia. Con este argumento, expertos en comunicación y lengua aragonesa afirman que es más fácil conectar con el aragonés en el mundo digital que en el espacio analógico.

En relación con la idea anterior, la expansión de la Web 2.0 ha contribuido a democratizar el acceso al aragonés. Internet ha facilitado la entrada a un espacio común de colaboración y participación social. En el caso de esta lengua, tanto sus hablantes como aquellas personas interesadas en conocerla disponen de una mayor variedad, número de recursos y espacios donde poder entrar en contacto con ella, siempre que cuenten con conexión a la Red.

Estas herramientas digitales pueden facilitar la dignificación de esta lengua. Durante siglos, el aragonés ha arrastrado una serie de estigmas y prejuicios. Al dotarla de una presencia observable (oral y escrita), las NTIC pueden ayudar a superar estos problemas y aumentar su prestigio, dado que el hecho de reflejar por escrito una lengua le confiere un cierto estatus. Este proceso de dignificación refuerza y motiva a los aprendices, además de mejorar la percepción que los hablantes experimentados tienen sobre ella.

Los grandes problemas para la difusión del aragonés en el mundo analógico se trasladan al

mundo digital. Gran parte de los obstáculos detectados en el proceso de revitalización en la Red coinciden con aquellas problemáticas históricas que existen en el contexto analógico. Uno de los principales obstáculos es la falta de financiación y de apoyo institucional a su preservación y promoción. Otra de las grandes dificultades es la falta de consenso entre la comunidad de hablantes en torno a la grafía y la normalización de la lengua, lo que dificulta su enseñanza y difusión de forma coherente al no emplearse un modelo único. Este aspecto facilita la desmotivación de los nuevos usuarios potenciales. Esta falta de consenso provoca un desgaste a los hablantes y afecta negativamente a la imagen externa de la propia lengua. Por todo ello, desde diferentes ámbitos se apunta hacia el entendimiento y la confluencia como solución.

A pesar del terreno ganado en los espacios digitales en los últimos años, la presencia de esta lengua en los medios de comunicación digitales resulta muy escasa. No existe ningún diario digital íntegramente en aragonés, tan solo alguna sección y noticias puntuales en varios medios digitales. La única radio en aragonés, *Chisla Radio*, ofrece un contenido muy limitado. El número de programas de radio (accesibles en formato podcast o en *streaming*) es también muy bajo. En cuanto a la televisión, solo encontramos un programa accesible en la Red: *Charrín Charrán*. Expertos en comunicación expresan la necesidad de apostar por más programas en aragonés desde los medios públicos.

En la misma línea, hay pocas oportunidades para aprender la lengua a través de la Red. Es posible aprender aragonés en entornos virtuales, pero esta tarea puede ser manifiestamente laboriosa y complicada por el reducido número de webs donde hallar recursos educativos digitales. En este sentido, destaca la sección *Recursos en línea* de la web de las *Lenguas de Aragón* y algunos materiales ofrecidos en los portales de las principales asociaciones. Del mismo modo, apenas se observan blogs enfocados a la enseñanza. En cuanto a los recursos didácticos accesibles en las herramientas educativas virtuales observadas, las opciones también son muy escasas. Los docentes manifiestan que existe una falta de materiales digitales adaptados para la enseñanza de esta lengua. Por ello, uno de los principales retos sería cubrir esta necesidad de recursos.

Por el contrario, las redes sociales representan una oportunidad de encuentro y práctica entre hablantes y estudiantes. Destacan, en este ámbito, los grupos de *Facebook* donde se comparte información y recursos, así como algunos perfiles de *Instagram* y *Twitter* que difunden contenidos para la adquisición de competencias lingüísticas, derribando barreras temporales, culturales y espaciales (Iñesta-Fernández y Sixto-García, 2020).

Las NTIC están en proceso de integración en la enseñanza del aragonés, tanto en entornos formales como no formales. En la educación formal, el uso de las tecnologías digitales aplicadas a la educación depende, en gran medida, de cada docente y contexto. Sin embargo, los docentes que han participado en la investigación coinciden en señalar las ventajas que pueden aportar las plataformas y herramientas digitales en las clases de aragonés, entre ellas: (1) favorecer un ambiente positivo, (2) aumentar la motivación de los estudiantes, (3) ofrecer una variedad de posibilidades didácticas y (4) permitir el acceso a numerosas fuentes de información.

Finalmente, se considera que el futuro del aragonés en el contexto digital habría de construirse sobre los pilares de la concienciación, la colaboración y la educación. En primer lugar, es

necesario motivar a los propios hablantes, involucrar a los nativos de la lengua, apostar por campañas de concienciación sobre el valor cultural del aragonés y fomentar su aprendizaje. El objetivo debería ser la creación de una comunidad de hablantes más amplia, robusta e interconectada. Para ello, la Web representa un espacio de oportunidades para desarrollar proyectos de revitalización, especialmente a través de las redes sociales y de forma conjunta entre instituciones y colectivos ciudadanos, sin olvidar que la educación constituye la mejor herramienta para que el aragonés sume hablantes. Resulta fundamental el fomento de su enseñanza de la forma más accesible, sencilla y motivadora posible. Y, de nuevo, la Red nos brinda un espacio idóneo para conseguirlo.

## Referencias

- Belmar, G. (2020). ¿Pueden las lenguas minorizadas respirar tranquilas en las redes sociales? El papel de las comunidades virtuales como refugios de uso a través de la observación de un grupo de Facebook para hablantes de aragonés. *Études romanes de Brno*, 1, 113-124. <https://doi.org/10.5817/ERB2020-1-8>
- Belmar, G. & Glass, M. (2019). Virtual communities as breathing spaces for minority languages: re-framing language use in social media. *Adeptus*, 14, 1–24. <https://doi.org/10.11649/a.1968>
- Callejo, J. y Viedma, A. (2005). *Proyectos y estrategias de investigación social*. Mc Graw Hill.
- Campos-Bandrés, I.O. (2015). Las NTIC en la conservación de las lenguas minoritarias. Una investigación – acción en el ámbito educativo. *UT. Revista de Ciències de l'Educació*, 1, 64-82. <https://cutt.ly/Smk5Mjz>
- Consejo De Europa (1992). Carta Europea de las Lenguas Minoritarias o Regionales. Recuperado de <https://cutt.ly/PmkBFZZ>
- Crystal, D. (2000). *Language Death*. Cambridge University Press.
- Gil-Ramírez, M. & Gómez de Travesedo-Rojas, R. (2018). Uso del smartphone en el periodismo actual: ¿hacia un nuevo modelo mediático? Estudio de caso del contexto malagueño. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 2(41), 5-21. <https://cutt.ly/dR1IVIL>
- Iñesta-Fernández, N. & Sixto-García, J. (2020). Redes sociales, convergencia y narrativas transmedia en la promoción de las Islas Canarias. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 48, 148-170. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.08>
- Moseley, C. (ed.) (2010). *Atlas de las Lenguas del Mundo en Peligro 2010*. UNESCO.
- Ovide, E. (2008). Desde la diversidad hacia la desigualdad: ¿destino inexorable de la globalización? *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 9(2), 5-18. <https://cutt.ly/zmk52Mn>
- Paricio-Martín, S.J. & Martínez-Cortés, J. P. (2010). Nuevas vías de revitalización para lenguas minorizadas: la repercusión de internet en el caso del aragonés. *Digithum*, 0(12), 1-11. <https://cutt.ly/Wmk585c>



## “Quiero ser mi propio jefe”: la crítica de la autonomía en *Sorry We Missed You* de Ken Loach

### *"I Want to Be My Own Boss": The Critique of Autonomy in Sorry We Missed You by Ken Loach*

Dr. Alfonso A. Gracia Gómez

Universidad de Valencia | Av. Blasco Ibáñez, 13, 46010, Valencia | España |  
<https://orcid.org/0000-0002-1045-6891> | [alfonso.gracia@outlook.com](mailto:alfonso.gracia@outlook.com)

Fechas | Recepción: 13/08/2021 | Aceptación: 28/11/2021

#### Resumen

El cine de Ken Loach es célebre por una propuesta incisiva que busca extraer en sus historias las contradicciones del sistema económico y social. En este sentido, la reciente *Sorry We Missed You* contribuye a una reflexión novedosa que nos acerca a la crítica del totalitarismo neoliberal que expusieron los autores de la ya célebre *Dialéctica de la Ilustración*. En concreto nos remitiremos a una tesis ilustrada por antonomasia, que es la que propone la exigencia de autonomía del individuo como mandato ético presuntamente emancipador. Pese a que este mandato ético es imposible de obedecer, los individuos se ven obligados a observarlo con respeto y admiración por exigencias ideológicas que solo contribuyen a cavar más y más hondo en la zanja de su propia perdición.

**Palabras clave:** Ken Loach, falso autónomo, teoría crítica, autonomía, falta.

#### Abstract

*Ken Loach's cinema is famous for its incisive proposal that seeks to extract the contradictions of the economic and social system in its stories. In this sense, the recent Sorry We Missed You contributes to a novel reflection that brings us closer to the critique of neoliberal totalitarianism presented by the authors of the now famous Dialectic of the Enlightenment. Specifically, we will refer to an illustrated thesis par excellence, which is the one that proposes the demand for individual autonomy as an ethical mandate that is presumably emancipatory. Although this ethical mandate is impossible to obey, individuals are forced to observe it with respect and admiration for ideological demands that only contribute to digging deeper and deeper the trench of their own doom.*

**Keywords:** Ken Loach, false autonomous, critical theory, autonomy, lack.

#### 1. INTRODUCCIÓN: EL “FALSO AUTÓNOMO” EN LA DIANA CRÍTICA DE KEN LOACH

El cine de Ken Loach no es conocido por ser precisamente neutro. Al contrario, la mirada característicamente realista de sus filmes no solo presume de una capacidad muy detallada de análisis, sino sobre todo del gusto por implicarse con sus narraciones en algunas de las

problemáticas sociales que más impacto tienen en cada momento. Porque, a decir de este autor, “la política es esencial cuando haces películas, escribes o estás involucrado en contar historias sobre la vida de la gente”<sup>1</sup>, ya que lo que determina el curso que toman esas vidas no es otra cosa que las circunstancias materiales en las que se desarrollan.

Este aspecto se acentúa en su más reciente película, *Sorry we missed you* (2019). En ella, Loach juega con una serie de mecanismos narrativos que ponen sobre la mesa algunos enfoques novedosos en el conjunto de su obra; en particular, una reflexión muy lúcida sobre las implicaciones subjetivas del actual sistema económico y social; reflexión esta que sin duda trasciende el enfoque marxista, del que el autor se hace deudor, y nos aproxima a los análisis sobre el papel ideológico de la industria cultural, según lo analizan los representantes de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, como tendremos ocasión de analizar en este trabajo.

Esta tesis, lejos de tratarse de una “mera” propuesta metodológica, revierte en una consideración trágica de la encrucijada en la que, a su decir, se ve abocado todo individuo en tanto que sometido por las exigencias desastrosas de la maquinaria liberal, que acaba por revelarse como el auténtico “sujeto” de sus tramas. Como es habitual en los guiones de Paul Laverty, su colaborador habitual, no hay “injusticias” propiamente dichas. Todo produce los efectos que se deben producir para conducir de forma inexorable a la progresiva decadencia trágica de un individuo que, como el Ícaro de la mitología, parece condenado a morir ahogado como consecuencia de su propio afán de libertad. Así lo expresaba Loach, en este caso acerca de otra de sus últimas películas, *It’s a free world* (2007):

Hace unos años se hablaba de que los empleadores se servían de los trabajadores inmigrantes porque eran más baratos, y entonces sus “amigos” de la prensa los defenestraban porque se trataba de extranjeros. Eso sigue sucediendo. Cuando [Paul Laverty y el propio Loach] pensamos “Hagamos una historia sobre esto”, lo más interesante ocurrió cuando Paul dijo: “No lo hagamos desde el punto de vista de alguien al que están explotando, hagámoslo desde el punto de vista de quien está en una situación en la que tiene que explotar a otros para sobrevivir” [...]. Esa es la lógica del sistema al que nos enfrentamos. No se trata de que la gente mala hace maldades. Se trata de que la gente se ve obligada a hacer maldades porque eso es lo que exige el sistema económico. El documental también puede hacer eso. Puede sacar a la luz estas contradicciones, pero es posible que no cree una forma que sea tan satisfactoria. La gente disfruta de las historias, ¿no? Disfrutan conociendo personajes. Y creo que hay una riqueza en ello que es más accesible para la ficción que para el documental puro. (Testimonio recogido en Roy, 2016)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Traducción propia del original en inglés: “Politics is essential if you make films about, or you write about, or you’re involved in telling stories about people’s lives. What determines those lives? It’s the material circumstances they grow up in” (en Roy, 2016).

<sup>2</sup> Traducción propia del original inglés: “Some years ago the whole business of employers using migrant workers because they were cheap while their friends in the press were abusing them because they were foreign. That’s still going on. When we thought: “Let’s make a story about this” the interesting point was when Paul said: “Let’s not do it from the point of view of someone who is being exploited, let’s do it from the point of view who is in a situation where they have to exploit in order to survive.” [...] That’s the logic of the system we’re up against. It’s not bad people doing bad things. It’s people being forced to do bad things ‘cause that’s what the economic system demands. Documentary can do that as well. It can bring this contradictions out, but you might not make a form which is so satisfying. People enjoy stories,

Por una parte, el realismo social de Loach no se queda conforme con la consideración clásica realista de que los actos de los individuos están condicionados (o incluso, más bien, determinados) por el entorno económico y social del que proceden. Esa solo puede ser una parte de la verdad, que por lo demás corre siempre el riesgo de establecer polaridades a su parecer tendenciosas, en las que los que menos tienen siempre acaban siendo los más perjudicados.

Por otra parte, el uso “implícito” que Loach hace de la trama como soporte de un argumento, que no tiene por qué aparecer rigurosamente expresado ni por los diálogos de los personajes ni por cualquier otro recurso narrativo, se aviene muy bien a lo que Manuel Asensi (2011) ha llamado “silogismo”, esto es, la herramienta que este autor propone en ayuda del crítico de la literatura, que permite develar el razonamiento oculto que subyace a un texto eminentemente de ficción. Estos textos, como sabemos, habitualmente son la ocasión para que autor y lector se reúnan en torno a una serie de tesis sobre qué es el mundo y cómo funciona el orden que ambos comparten, en la medida en que ese “estado de cosas” encontraría su mejor expresión en la obra que les sirve de salvoconducto, dada la presunta neutralidad que se le supone a todo texto ficticio (más aún en nuestra característica sociedad del entretenimiento).

En este sentido, el “silogismo” asensiano descubre eminentes similitudes con la concepción marxiana de la ideología, y se muestra particularmente próximo a los análisis sobre la industria cultural que desarrollaron los teóricos de la Escuela de Frankfurt, y que tendremos ocasión de explicar en el siguiente apartado. Pero hay que notar que, si Manuel Asensi habla, a este respecto, de “silogismo”, y no de “tesis”, es por una razón: porque la obra de arte no se limita a configurar la justificación de un determinado posicionamiento, sino que para ello debe primero dar forma a todo un mundo que es el que da cierta condición de “naturalidad” a un pensamiento determinado. Esa configuración (modelo de mundo, en los términos del autor) tiene la función de “atrapar” al lector para hacerlo partícipe, sin él advertirlo, de los esquemas simbólicos que dan soporte a un posicionamiento subjetivo que excede los límites de la obra de arte, pues emite un juicio acerca de la realidad. Todo lo cual redundaría en la apología de la crítica como manera adecuada (o “saboteadora”) de realizar la lectura, en oposición del adormecimiento narcótico que opera en el consumo de la obra de arte característico de las producciones culturales de masas.

[...] se comprenderá que nos encontramos ante el mecanismo que lleva a cabo la transición desde el modelo de mundo representado en el texto a la situación concreta física y psicológica de los receptores. Es precisamente la estructura silogística la que establece el nexo de unión entre la función estética y la función ético-política de la obra de arte. (Asensi, 2011, p. 58)

En este sentido, varios son los temas que pone sobre la mesa la magnífica cinta que nos disponemos a analizar: la precarización del trabajo, la inseguridad de las familias, las dificultades de la relación entre padres e hijos o la deshumanización de los servicios sociales. Pero estos son temas que ya pueden encontrar algún que otro lugar en otras obras de la filmografía del autor. En cambio, el eje de esta película gira en torno a un tema particularmente novedoso tanto en sus obras como en la sociedad que con tanto empeño

---

don't they? They enjoy getting to know characters. And I think there's a richness to fiction that is more easily available than straight documentary” (en Roy, 2016).

trata de reflejar: se trata de la figura que en la mayoría de los países de habla hispana conocemos como “falso autónomo”.

La página web Infoautónomos (2020) define este concepto como “una figura ilegal que desvirtúa completamente la esencia del trabajo por cuenta propia haciéndose hueco entre empresas de la llamada economía colaborativa favorecidas por el ahorro de costes sociales que la situación fraudulenta conlleva para el empresario”; es decir, que este beneficio, del que se retribuye el empresario, no redundará en una mejora para la situación del empleado, puesto que “el falso autónomo desempeña las labores correspondientes a un trabajador por cuenta ajena pero con las obligaciones de un trabajador autónomo”.

Con toda la sobriedad de la que acostumbra a hacer gala, sin necesidad de recurrir a erudiciones ni a razonamientos complejos, el guion de Laverty ha sido capaz de dilucidar la perversión profunda que descansa detrás de un término como el de “falso autónomo”, que sin embargo toca lo capital de lo que nos constituye en nuestra tradición de ciudadanos de democracias liberales postilustradas. Así ocurre especialmente si lo afrontamos desde el punto de vista de la filosofía, donde nos remite al núcleo mismo de los beneficios que había prometido a la humanidad el desarrollo de la racionalidad característica del pensamiento ilustrado. En particular, el término “autónomo” resulta imprescindible para la ética desde Kant, quien lo definió en base a la capacidad básica que tienen los seres racionales para darse a sí mismos la norma que deben seguir<sup>3</sup>. Un ser humano autónomo es, así, propiamente un ser adulto, responsable de sí mismo y de las consecuencias de sus actos. ¿Lo opuesto a un autónomo? Un niño, un borrego, un ser sin rostro ni nombre entre la masa anónima, dirigida y manipulada en base a los intereses más espurios; un delincuente.

Desde Kant, todo el mundo quiere ser “autónomo”. Ese es posiblemente el vínculo más estrecho que se puede establecer entre el pensamiento ilustrado y el liberalismo predominante en las sociedades occidentales contemporáneas, que ha convertido al “papá Estado” en la cabeza de turco que explica todos los males atribuibles a aquellas políticas de corte social que, a decir de estos críticos, convierten a su usufructuario en un sujeto inútil, desvalido, desprotegido; un sujeto que no es capaz de hacerse cargo de su propia existencia (de ser autónomo) porque la confía a las manos heterónomas de la administración pública, buenista y sobreprotectora. Este es el discurso contra el que se rebela el guion de Paul Laverty. No es casualidad que uno de los dos personajes principales de la trama, Abbie (esposa y madre, magníficamente interpretada por Debbie Honeywood), se dedique profesionalmente a la atención a personas desvalidas: será la manera como se nos va a mostrar que, en esta sociedad ilustrada, racional y supuestamente justa o meritocrática que presume promover el ideólogo liberal, el desvalido está absolutamente desvalido y el autónomo solo lo es como “falso”.

## **2. WE MISSED YOU... LA OCASIÓN QUE ESTABAS ESPERANDO**

Esta dialéctica, con menos carga epistemológica y una evidente pasión por la crítica social, es lo que ha sido representado con maestría por el tándem Loach-Laverty, no solo en esta *Sorry We Missed You* (2019), sino ya en toda la filmografía del cineasta inglés desde hace un cuarto

---

<sup>3</sup> Entendemos aquí por “autonomía”, pues, la “capacidad de autodeterminación racional” que es para el autor de Königsberg dignataria de la “idea de humanidad” (Kant, 1996: 189; cf. Gutmann, 2019).

de siglo, en la que se cuenta una quincena de colaboraciones, con éxito desigual, pero siempre con un elemento en común: el interés por mostrar con el mayor grado de detalle, casi de forma analítica, las complejidades insolubles que el sistema pone en manos del individuo, y que irremisiblemente le conducen a su propia autodestrucción.

Para ello, el comienzo de la obra (2:58) nos sitúa ante las precariedades características de una pequeña familia de Newcastle, compuesta por el matrimonio que forman Ricky y Abby y sus dos hijos. La primera escena nos presenta a Ricky –aunque solo tras largos segundos de un fundido en negro de intencionalidad evidente–, que pronto se convertirá en nuestro maltrecho héroe, durante una entrevista de trabajo realmente paradójica, ya que los protagonistas pretenden fingir que se trata más bien de una suerte de reunión de negocios entre iguales.



**Figura 1. Fotograma de la película correspondiente a la entrevista de trabajo de Ricky**

Por una especie de pacto social, que pareciera reeditar el momento de fundación (mítico, como todos los momentos de fundación) del Leviatán hobbesiano, Ricky relata ante nosotros que lleva toda su vida pasando de un empleo a otro y que “ha decidido”, por fin, cambiar de rumbo y ser su propio jefe. Se trata de un discurso que nos es de sobra conocido por su predominancia en todo tipo de medios de comunicación: desde los *mass media* más convencionales hasta las redes sociales, pasando incluso por el modo como las propias leyes educativas, entre ellas la española, promueven el “sentido del espíritu emprendedor” en todas sus asignaturas y todos los niveles<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Para el caso de España, *cf.* lo que dice la LOMCE respecto a lo que considera una “competencia clave”: “Entre los conocimientos que requiere esta competencia se incluye la capacidad de reconocer las oportunidades existentes para las actividades personales, profesionales y comerciales. También incluye aspectos de mayor amplitud que proporcionan el contexto en el que las personas viven y trabajan, tales como la comprensión de las líneas generales que rigen el funcionamiento de las sociedades [...]; así como la postura ética de las organizaciones y el conocimiento de cómo estas pueden ser un impulso positivo. // Asimismo, esta competencia requiere de las siguientes destrezas o habilidades esenciales: capacidad de análisis; capacidades de planificación, organización, gestión y toma de decisiones; capacidad de adaptación al cambio y resolución de problemas; comunicación, presentación, representación y negociación efectivas [...], así como evaluar y asumir riesgos cuando esté justificado

Lo que se está produciendo entonces es un juego estructural, en el que el espectador debe entenderse como el destinatario simbólico de ese *mensaje* que porta Ricky y que funciona de modo alegórico durante toda la película. Este aspecto es fundamental para comprender el enfoque crítico de esta historia. El inicio de la conversación, que se produce todavía en el aludido fundido en negro, es como sigue:

RICKY: He hecho de todo. Lo que se te ocurra, lo he hecho; sobre todo en la construcción: cimientos, canalizaciones, excavaciones, señalizaciones, hormigonado, techado, revestimiento de suelos, pavimentación, solados de piedra, fontanería, carpintería... Hasta he cavado tumbas. ¡De todo!

MALONEY: ¿Y por qué lo dejaste?

RICKY: Porque siempre tenía a alguien encima. Y después de pasar tanto tiempo, tantos inviernos helándote las pelotas, acabas hartándote.

MALONEY: ¿Has hecho trabajos de jardinería?

RICKY: Sí, me encanta: siempre fuera, clientes diferentes cada día, diferentes casas, diferentes encargos... Soy muy currante. Por desgracia, los chavales con los que curraba no lo eran; eran unos vagos, los cabrones. Así que... sí, prefiero trabajar por mi cuenta y ser mi propio jefe.

El comienzo de la película nos sitúa de este modo ante las principales características del fenómeno conocido como “uberización” (en referencia a la empresa de transportes Uber)<sup>5</sup>, que consiste en una forma de precarización en la que el aspirante consigue un puesto laboral a cambio de renunciar a todas las “seguridades” (económicas y sociales) que se supone implícitas a la supeditación a un contrato laboral –lo que se entiende como trabajar “por cuenta ajena”–. Se trata de un modelo económico en debate en Europa y que se suspende sobre un supuesto ciertamente perverso: la idea de que el trabajador no trabaja para la empresa, sino para sí mismo. Esta es una tesis ideológica. Ricky se ve impelido a aprovechar cualquier ocasión para dejar claro que su posicionamiento ideológico es el mismo que el del que le está entrevistando, en una entrevista de trabajo paradójica porque, como sabemos, no va a establecer una verdadera relación laboral. Del resultado de esta entrevista solo va a obtener Ricky algo así como una licencia, y la posibilidad consecuente de que se le hagan encargos, cuyos costes deberán ser enteramente asumidos por parte del propio trabajador. El trabajador, en efecto, debe ser empleado y, al mismo tiempo, capitalista. Pero, como veremos, eso no va a convertir a Ricky, precisamente, en *jefe*.

---

(manejo de la incertidumbre y asunción y gestión del riesgo)” (Fuente: Ministerio de Educación y Formación Profesional. Gobierno de España 2020).

<sup>5</sup> Este término tuvo mucha popularidad para referirse a la problemática de los falsos autónomos, sobre todo a raíz de las protestas que protagonizaron los gremios de taxistas en España y otras partes del mundo desde 2014 (cf. Wikipedia, 2020, “Conflicto entre Uber y los taxistas”). Estrictamente hablando, hace referencia al uso de aplicaciones web para interconectar a los usuarios de servicios con agentes particulares que puedan realizar la actividad pese a no estar sujetos a ningún tipo de obligación laboral. Por ello varios autores sostienen que la uberización no es otra cosa que una “precarización” de las condiciones laborales que se ha aplicado a distintos sectores económicos con ayuda de los últimos avances tecnológicos (Bardey 2015). Para Fundéu fue candidata a “palabra del año” en 2017.

De esta forma, el espectador encuentra el truco en esta oferta, dado que él mismo tiene que invertir la mitad de sus ahorros en comprar la furgoneta con la que entregará los pedidos. Esto provoca que se produzca una sucesión de falta de sensibilidad y abusos por parte de la empresa. Por lo cual el film responde, de esta manera, a una realidad muy latente. Provoca empatía con el público al mostrar las ganas de trabajar y las condiciones deplorables que se ofrecen muchas veces. El protagonista se aferra a la primera frase esperanzadora de convertirse en su propio jefe, omitiendo lo que no encaja, como la inversión que debe realizar. (Bueno, 2019, s. p.)

Curiosa interpretación la de Almudena Bueno que, al describir como “esperanzador” este anhelo de ser su propio jefe, parece reproducir la misma lógica tendenciosa que parece obligar a Ricky a pronunciar la que a la postre será su propia sentencia. Por ello cabe, quizá, discrepar de esta interpretación, pues ¿hasta qué punto parece Ricky convencido de lo que dice? Los hechos contradicen el discurso entre ambos, y a nadie se le escapa que Ricky se limita a darle la razón a su entrevistador. Ricky busca un trabajo y busca, con ese trabajo, seguridad; entonces ¿por qué motivo iba Ricky a afirmar que “la oportunidad que siempre había estado buscando” era la de ser su propio jefe? La respuesta, que también provoca la empatía del público, parece más simple: a Ricky no le queda otra. De este modo, el análisis de Loach y Laverty se parece mucho a lo que expresaron en su día Adorno y Horkheimer:

Sospechosa no es, claro está, la descripción de la realidad como un infierno, sino la rutinaria exhortación a salir de ella. Si el discurso debe hoy dirigirse a alguien, no es ni a las llamadas masas ni al individuo, que es impotente, sino a un testigo imaginario, a quien se lo dejamos para que no perezca enteramente con nosotros. (Adorno y Horkheimer, 2007, p. 276)

“Sospechoso” es que, en esta escena, el sistema entero se presente como salvador de la situación precaria en que se ve ahogado Ricky aun antes de decidirse, no a entrar en él, sino de hundirse por completo. Con ello, la confirmación del argumentario neoliberal por parte de Ricky durante la entrevista, en la que alega querer ser él mismo su propio jefe, se parece mucho a esa falsa diferenciación que denuncian Adorno y Horkheimer respecto a los productos de la industria cultural: “Lo que los entendidos consideran como ventajas o desventajas sólo sirve para perpetuar la apariencia de competencia y de posibilidad de elegir” (p. 137).

En el mismo sentido, Ricky finge que sea elección suya la posibilidad de ser “su propio jefe”. Es algo que no debe extrañarnos, puesto que “La industria cultural –como su antítesis, el arte de vanguardia– fija positivamente con sus prohibiciones su propio lenguaje, con su sintaxis y su vocabulario” (p. 141). Por ello, en una consonancia paradójica con los supuestos clásicos de Orwell (2008; cf. Mayor, 1984: 29), Adorno y Horkheimer señalan la creación de una “neolengua” como uno de los rasgos distintivos del totalitarismo inherente a la sociedad de mercado capitalista. Es la forma de control más absoluta: “Lo que se dice y la forma de decirlo deben poder ser controlados desde el lenguaje ordinario, como en el positivismo lógico” (2007, p.142).

De este modo pone Loach sobre la mesa, ya desde el primer momento, que esa figura contractual que en España, muy elocuentemente, se conoce como “falso autónomo”, describe en la práctica una “autonomía” falaz, dado que, para empezar, ni siquiera se produce como la

consecuencia de un vínculo entre verdaderos iguales. Al contrario, el deseo de Ricky de obtener la aprobación del tal Maloney le obliga nada menos que a adoptar el discurso legitimador del sistema, que le pone en una situación especialmente desventajosa con respecto a sus contratantes, ya que el reclamo de autonomía (“Quiero ser mi propio jefe”) se transforma subrepticamente en una renuncia a sus derechos como empleado:

RICKY: [...] Sí, prefiero trabajar por mi cuenta y ser mi propio jefe.

MALONEY: ¿Has cobrado ayudas sociales alguna vez?

RICKY: ¡No! No. No, no, no... Tengo mi orgullo. Es... Prefiero morirme de hambre.

MALONEY: Me encanta lo que oigo, Ricky. Henry tenía razón: eres un hombre de fiar. Dejemos algunas cosas claras desde el principio, ¿vale? Aquí no eres un contratado, te unes al equipo. Tú eres un miembro más. No trabajas para nosotros, trabajas con nosotros. No repartes para nosotros, realizas servicios. No hay contrato como tal, hay objetivos de rendimiento; cumples normas de calidad. No hay sueldo, hay tarifas. ¿Está claro?

En este sentido, no podemos sino recordar una sentencia que Adorno y Horkheimer dejaron escrita en su afamada *Dialéctica de la ilustración*: “Quien no quiera arruinarse, debe arreglárselas para no resultar demasiado ligero en la balanza graduada de este aparato. De otro modo pierde terreno en la vida y termina por hundirse” (2007, p. 163). Tal vez por esta razón, cuando Maloney, el entrevistador, pregunta a Ricky si alguna vez ha cobrado ayudas sociales, Ricky rechaza con énfasis este extremo alegando que prefiere “morir de hambre”. Al fin y al cabo, Adorno y Horkheimer explican que: “Quien tiene hambre y frío, aunque una vez haya tenido buenas perspectivas, es un *outsider*, y ser un *outsider* es, exceptuando, a veces, los delitos de sangre, la culpa más grave” (p. 163).

Se trata de una forma de control perfecta, sin fisuras, que hace aparecer como rebeldía lo que en suma no es sino mera complacencia y sumisión amedrentadas: “Lo que se resiste puede sobrevivir solo en la medida en que se integra. Una vez registrado en su diferencia por la industria cultural, forma ya parte de ésta como el reformador agrario del capitalismo” (pp. 144-145). Ricky, en el fragmento citado, dice punto por punto lo que debe decir. Incluso cuando oíamos la voz de su entrevistador inquiriéndole si de verdad había trabajado como jardinero, descubrimos de inmediato la utilidad de haber añadido esas líneas en su currículum: “Sí, me encanta: siempre fuera, clientes diferentes cada día, diferentes casas, diferentes encargos... Soy muy currante. Por desgracia, los chavales con los que curraba no lo eran; eran unos vagos, los cabrones. Así que... sí, prefiero trabajar por mi cuenta y ser mi propio jefe”.

Ricky tenía cada palabra preparada. Sin embargo —o quizás por ello—, su afirmación resulta, más bien que una declaración (de autonomía), un acto de obediencia, una auténtica promesa de sumisión que empieza aún antes que la relación laboral, lo que entra en perfecta coherencia con la falta de lazos legales que caracteriza al tipo de vínculo contractual que se le pone sobre la mesa.

Los autores de la *Dialéctica de la ilustración* formulaban esta paradoja de una manera muy particular. A su parecer, la sociedad capitalista produce una suerte de “recaída” en aquellos “temores” que Hobbes hacía propios de la existencia humana precontractual, esto es, todavía dentro de la situación mitológica que el filósofo isabelino identificaba como “estado de

naturaleza”. Para ellos, lo característico de la sociedad capitalista consiste en que aquella “autoconservación” mitológica –esto es, el instinto que protegía a los individuos cuando estos aún no podían disponer del resguardo de la sociedad–, que a Hobbes le servía para para fundar los términos autorrestrictivos en que se producía el primer contrato, redundaba actualmente en una “forma de autoconservación propia de la sociedad de clases” (p. 169). En ella, el temor y la agresión al otro, auténtica expresión hobbesiana que Freud formulará posteriormente como “pulsión de muerte”, dan lugar a “la dureza de la sociedad competitiva” (id.) propia del mercado laboral en el liberalismo. Por último, ello conduce a una situación en la que los individuos, si quieren sobrevivir, se ven forzados a aceptar e incluso a predicar las bondades de la misma maquinaria que los somete, en aras a no quedar excluidos por un contrato que, lejos de haber quedado sellado “a fuego”, convierte “la existencia en el capitalismo tardío [en] un permanente rito de iniciación”:

La sociedad es una sociedad de desesperados, y por eso es presa de los *rackets* [...]. La posibilidad de convertirse en sujeto económico, en empresario o propietario, ha sido finalmente liquidada. Hasta en la última quiescencia, la empresa independiente, en cuya dirección y herencia se había fundado la familia burguesa y la posición de su jefe, ha caído en una dependencia sin salida. Todos se convierten en empleados, y en la civilización de los empleados cesa la dignidad [...]. El comportamiento del individuo respecto al *racket* –ya sea negocio, profesión o partido, ya sea antes o después de la admisión– [...] adopta rasgos singularmente masoquistas. La actitud a la que cada uno se ve obligado para probar siempre de nuevo su idoneidad moral en esta sociedad hace recordar a aquellos adolescentes que, en el rito de admisión en la tribu, se mueven en círculo, con una sonrisa estereotipada, bajo los golpes regulares del sacerdote. La existencia en el capitalismo tardío es un permanente rito de iniciación. Cada uno debe demostrar que se identifica sin reservas con el poder que le golpea. (Adorno y Horkheimer, 2007, pp. 166-167)

Este es el mundo al que nos abre la película, con un Ricky que se ve obligado a revindicar las presuntas bondades del sistema con el único objeto de que lo “contraten”, de acuerdo con esa fórmula, tan paradójica, que retrotrae al individuo a una situación que más parece precontractual, porque el empresario se ha desentendido de todas las responsabilidades inherentes a su aportación de capital. Ricky representa así a ese individuo inerme aunque no propiamente marginado, un miembro de la clase trabajadora con aspiraciones a medrar y alcanzar ciertos estatus y comodidad, para él y para su familia. Pero para ello es imprescindible que toda esa responsabilidad, incluso buena parte del capital necesario, recaiga en el propio trabajador.

### 3. LA FALSA AUTONOMÍA DEL HOMBRE GENÉRICO

En *Dialéctica de la Ilustración* hay un diagnóstico muy lúcido respecto a cómo los trabajadores se adhieren a la misma ideología que los esclaviza. En el siguiente fragmento, los autores hablan de “masas” porque se refieren a los destinatarios del cine, particularmente del cine sonoro. Y, a tal respecto, dicen: “...las masas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito. Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza” (Adorno y Horkheimer, 2007, p. 178 [Szpilbarg y Saferstein, 2014, p. 63]). Como bien explican Szpilbarg y Saferstein, esto implica que no sea posible la aparición de

algo realmente novedoso; toda innovación puede serlo solamente en apariencia, y siempre mucho menos revolucionaria o emancipadora de lo que el discurso ideológico pretende establecer, “puesto que todo lo que se resiste debe ser integrado en el sistema para poder subsistir” (p. 65).

La industria cultural ha realizado malignamente al hombre como ser genérico. Cada uno es sólo aquello en virtud de lo cual puede sustituir a cualquier otro: fungible, un ejemplar. Él mismo es como individuo lo absolutamente sustituible, la pura nada, y justamente eso es lo que llega a sentir cuando, con el tiempo, va perdiendo la esperanza. (Adorno y Horkheimer, 2007, p. 159)

Como concluía *El gatopardo*, algo tiene que cambiar para que todo siga como está. Eso se manifiesta del mejor modo en la siguiente escena, ya avanzada la película, pero clave para el desarrollo de lo que finalmente ha de convertirse en la tragedia de Ricky. En ella, Ricky acepta sustituir a su compañero de trabajo y ocupa plenamente su lugar:

MALONEY: Llegas tarde. ¿Y tu furgoneta?

REPARTIDOR: Aparcada fuera. He telefoneado tres veces esta mañana. ¡Tres veces! ¡No lo coges! Alguien me ha destrozado el retrovisor, el retrovisor lateral, arrancado de cuajo, en el suelo.

MALONEY: ¿Por qué coño no lo arreglaste anoche?

REPARTIDOR: Ha sido delante de casa a primera hora de la mañana. ¿Qué querías que hiciera? No es culpa mía.

MALONEY: Búscate un conductor sustituto.

REPARTIDOR: Dame dos horas. Es lo único que te pido.

MALONEY: ¿De qué me sirve eso? ¡Esperar dos putas horas! Conoces las normas: vienes aquí a primera hora o te buscas un sustituto.

REPARTIDOR: ¡Anda ya, tío! He trabajado catorce días seguidos. Échame un cable. Dos horas. ¡Nunca cedes nada!

MALONEY: Porque siempre te estás quejando, joder. Siempre llamas con alguna puta excusa. Y encima fallaste tres preferentes la semana pasada.

REPARTIDOR: Sí. ¿Y sabes por qué? ¡Nos encargas demasiadas putas entregas!

MALONEY: Eso tiene fácil arreglo: puedo darle tu ruta a otro conductor, a otro que no se queje cada dos minutos y que cumpla los encargos.

REPARTIDOR: Ya, ya. Como Steeve. Exprímelos, tío. La misma historia de siempre, tío.

Él ya había sustituido a otro y otro le va a sustituir a él: la “historia de siempre” en la que nadie es imprescindible y los modos tan amables en el trato con Ricky se transforman en un tono autoritario implacable que le sitúa en una posición cercana a la divinidad. Y en efecto, Maloney va a proponer que sea otro repartidor quien ocupe su lugar. Ante la negativa de los primeros a quien va preguntando, por fin se lo ofrece directamente a nuestro héroe: “¡Ricky! Estás corriendo mucho sin armar follón. ¿Quieres una ruta mejor?”. Este vacila. Agacha la mirada (27:38). Pero un codazo y un susurro (“¡Cógelo, tío!”), emitidos ambos por el mismo

compañero que sabemos que le había introducido en la empresa, le dan el impulso que necesita para aceptar el cargo.



**Figura 2. Fotograma de la película en el que Ricky sopesa si debe aceptar el cambio de ruta que le ofrece su superior, pese a que eso pueda redundar en el perjuicio a un compañero**

Ricky no parece muy convencido de esta opción, que sin duda será dramática. Los compañeros que han rechazado la oferta no lo han hecho, no al menos explícitamente, por compañerismo ni por conciencia de clase. Lo han hecho porque no “aspiran a más”, porque tienen suficiente (“Mi mujer no se pondría muy contenta”, arguye uno de los empleados con extrema elocuencia). Y eso es algo que él no se puede permitir, pero no sabemos si ante sí mismo o ante la mole inmensa de Maloney, que demuestra tan altas expectativas en su persona. Ricky lleva apenas unos días y ya tiene una de las “mejores” rutas de reparto de la empresa. ¿A costa de pisar a un compañero? Si hacemos caso a su inconfesado superior, no tenemos por qué entenderlo así: “Porque él ya ha perdido su ruta, pase lo que pase”. Pero, si es así, ¿por qué duda Ricky? ¿Por qué agacha la mirada y solo tras el acicate de otro de sus camaradas es capaz de aceptar, a regañadientes, esa propuesta mejor?

Ricky, como todos los que han rechazado esa ruta, intuye de sobra que no le va a llevar necesariamente a una situación mejor. Es, efectivamente, “más dinero, más preferentes”, pero también implica mayor nivel de compromiso, de otro modo, más horas de trabajo. Así se demuestra cómo Ricky se halla preso de aquella especie de “rito de iniciación” al que aludíamos en el apartado anterior. Ha llegado el momento en el que las desmedidas aspiraciones que entonces manifestó Ricky tengan su consecuencia.

#### **4. “¿QUIÉN TOMA LAS DECISIONES?”. LA CAUSA DEL DESEO DEL OTRO**

Como expresa el acertado estudio de Weinstein (2018) sobre el totalitarismo: “Totalitaria es una sociedad que tiende a la indivisión social mediante determinación objetiva del poder o mediante determinación del poder objetivo” (p. 74), lo que a su parecer “abre la puerta a una interpretación del neoliberalismo como totalitarismo original” (id.). En ello, precisamente, radica la paradójica situación totalitaria que denunciaron Adorno y Horkheimer, cuyas tesis siguen siendo del mayor interés para las disciplinas sociohistóricas contemporáneas.

En este sentido, la figura molesca del duro Maloney no puede dejar de recordar, en la encarnación del actor, aquel cíclope homérico cuya caída en desgracia a manos del intrépido Odiseo simbolizaba la victoria del hombre sobre las fuerzas de la naturaleza (Adorno y Horkheimer, 2007). Pero la trama de Loach y Laverty invierte la tesis homérica al recordarnos que, en efecto, Odiseo solo consigue hacer prevalecer su deseo ante el cíclope a costa de convertirse, él mismo, en un “nadie”. La sonrisa de Maloney durante la entrevista a Ricky nos descubre que el titán ha aprendido la lección: ahora es Odiseo el que busca quien sacie su necesidad (de un trabajo) y el cíclope responde con mucha astucia: “Aquí no te va a contratar *nadie*”.

Porque Maloney bien podría haberse limitado a explicar cómo funciona un falso contrato de autónomo. Pero en lugar de esto construye toda una teoría en la que el empleado pasa a ser un agente de otro “Otro”, un tercer “Otro” incorporal y del cual él deviene su más perfecta encarnación. Maloney “incorpora” así al Otro, con los riesgos que ello supone para Ricky, su no-contratado (o su “nadie contratado por nadie”):

MALONEY: [...] Todos en este edificio me tienen como el cabronazo número uno, pero nadie me comprende. Todas las quejas, la ira, la rabia, el odio... me lo trago y lo uso como combustible. Con esa energía creo un escudo protector alrededor de este almacén. Este almacén tiene los mejores resultados de todo el país. ¿Quieres saber por qué soy el número uno? Porque hago feliz a esto [mostrando el aparato que registra los pedidos, un escáner de mano]. Las casas a las que has ido, las caras que has visto, las personas con las que has hablado, ¿te ha preguntado alguien de verdad cómo estás? Les importa un pijo que te duermas al volante y te estrelles contra un autobús. Solo les importa el precio, la entrega y el paquete en la mano. Y todo eso se introduce en esta caja de nuevo. Esta caja compite con todas las demás cajitas negras alrededor del país, y eso es lo que decide los contratos. Esto decide quién vive y quién muere. Quiero a Apple, Amazon, Samsung, Zara aquí, para mis conductores y sus familias. Este sitio parecerá un antro de mierda, pero es una puta mina de oro. Los accionistas deberían erigirme una estatua en el aparcamiento: “Maloney, santo patrón de los cabronazos”. ¿Quieres un día libre? Te costará cien libras diarias.

Maloney no es el Otro, es el representante físico que pone voz al verdadero otro (la “caja” del fragmento, el escáner de mano que el vendedor necesita para registrar su actividad) que, de forma muy elocuente, se expresa como causa del deseo de todos los personajes que intervienen en la ecuación de una compra: desde los accionistas hasta los repartidores, pasando por supuesto por compradores y vendedores.

No es la primera vez en que se habla tan expresamente de la importancia de “esto” que Maloney presenta como verdadero agente del deseo que construye la relación intersubjetiva, monstruosa, que da forma al almacén como empresa común. En una secuencia anterior, Liza Jane, la hija de Ricky, le acompaña en el reparto durante el fin de semana. Mientras Ricky conduce, ella sostiene en sus manos el preciado elemento (44:41). Lo observa y lo cuestiona. Y entonces tiene lugar la siguiente conversación:

LIZA JANE: Envía mensajes, telefona, fotografía, escanea, firma, contacta con los clientes, ¿algo más?

RICKY: Sí, pita. Pita un montón ese trasto. Te juro que pita cuando llevo dos minutos fuera de la furgoneta.

LIZA JANE: (*riendo*) ¿Para que el cliente sepa dónde estás?

RICKY: El cliente siempre sabe dónde estoy, rastrean los paquetes. Si vas por la puerta delantera, por la de atrás... Puedes dejarlo en el garaje, que ellos saben dónde ha terminado.

LIZA JANE: ¿Y quién introduce la información ahí? Alguien tiene que pensarlo todo.

RICKY: Un robot, una *app*, un programa informático...

LIZA JANE: Pero ¿quién se ocupa del robot?

RICKY: (*riendo*) Ni idea. Algún cerebritito cuatro ojos, ¿no?

LIZA JANE: Que nunca va al baño... Ya que tienen tiempo para medirlo todo, podrían tener tiempo para ir al baño.

RICKY: Sí. ¿Ese coco no lo has heredado de mí, no?



**Figura 3. Fotograma de la película en el que Liza Jane se plantea cuestiones sobre el rastreador de paquetes**

Todo elegir presupone la capacidad, falaz o no, de darse a uno mismo la norma; esto es lo que significa propiamente ser “autónomo”. Por ello un falso autónomo, en la película de Ken Loach, puede y debe entenderse como algo más que esa figura económica precaria, vinculada a un tipo determinado de lazo contractual. El contrato, como bien explicó Hobbes (2002, p. 18), se hace mediante un sometimiento del individuo a una suerte de Otro autoritario que se convierte en el depositario, y también guardián, de la Ley (ese “dios mortal” que consigue someter “las voluntades de todos” por el “miedo” que producen “su poder y su fuerza” [p. 173]). La interiorización de la norma, como ocurre con el superyó freudiano, no redonda necesariamente en una mejora en las condiciones del trabajador, del individuo que se somete de forma voluntaria a tal mandato.

El rastreador exige la fidelidad absoluta tanto de Malone como de Ricky, pero no cabe duda de que las consecuencias no son las mismas para ambos, y ese es un aspecto que la película deja patente con facilidad tan solo con dejar hablar a los personajes acerca del mismo aparato: lo que para uno es un objeto causa del deseo, para otro es un panóptico insoslayable (cf. De Aguilera, Sosa, De Aguilera, 2018).

La autonomía no es, por lo tanto, capacidad de darse la norma, sino capacidad de cumplirla, lo que sitúa al sujeto en la deriva de un otro imperioso y dominador, déspota, autoritario, que Loach personifica a la perfección en el personaje del jefe-no jefe de Ricky. Un otro salvaje, un auténtico Leviatán. Por lo tanto, ni por lo que respecta al querer ni al deber puede considerarse el autónomo Ricky como su auténtico “jefe”, pese a la confesión que iniciaba la película.

## 5. DEBATE Y CONCLUSIONES: EL DESTINATARIO QUE FALTA A LA ENTREGA DEL MENSAJE

Hemos visto que, para Loach, su propia filmografía debe entenderse como algo más que un mero reflejo de la sociedad. De hecho, el autor sostiene que sus producciones son elementos auténticamente contestatarios en los que la realidad social representada no funciona como mero objeto observado, ni por ende como modelo, sino más bien como el escenario social que, con vocación plenamente naturalista, le hace las veces de “laboratorio”. Así lo expresaba él mismo en un documental que la cadena francesa Arte le dedicó con ocasión del estreno de su premiada *I, Daniel Blake* (2016):

Hay un poema de Brecht (no recuerdo las palabras ahora, pero tenía este sentido): si dices cómo es el mundo, eso debería ser suficiente. Porque ello implica la necesidad de cambio. Y también implica los medios por los que se podrían producir tales cambios. Así que [...] ofrecer una descripción veraz de cómo es el mundo se convirtió en algo fundamental para nuestro proyecto. (Roy, 2016)<sup>6</sup>

De este modo sostiene Loach que el lenguaje del arte se abre a expresar pensamientos originales y profundos, y que estos llevan implícitos la posibilidad y aun necesidad de una transformación. No hace arte para dar forma a una historia, sino para transformar efectivamente la sociedad. Para ello, sus películas deben entrar a formar parte del propio engranaje social, lo que a su decir se consigue en virtud de esa “descripción veraz” que es capaz de producir ciertos efectos en el espectador.

Recordemos a este respecto la razón que llevaba al autor a priorizar la narrativa de ficción por encima del documental “estricto”. También este recurso podía ser una buena herramienta para “sacar a la luz” las contradicciones íntimas del sistema. Pero la ficción produce personajes, y este punto es determinante. Las personas que ven las películas se divierten con sus ocurrencias, con sus conversaciones (los “conocen”, usando sus propias palabras), y eso les permite “vivir” el tipo de experiencias que Loach y Laverty han decidido extraer de esta realidad social que es para ellos espacio de encuentro, no de representación, entre el director, el público y la película.

---

<sup>6</sup> Traducción propia del original en inglés: “There’s a poem by Brecht (I can’t remember the words now, but to the effect that): if you say how the world is, that should be enough. Because it implies the need for change. And it also implies the means that changes would be brought about. So telling this... being true to the... telling a truthful description of how the world is, became central to what our project was”.

Mediante el filme, Loach “obliga” al espectador a ponerse en el espacio imaginario de ciertas situaciones que nos rodean, pero a las que nos negamos a mirar de frente desde su “verdad” profunda y humana. Ni siquiera el discurso pretendidamente “objetivo” de la prensa<sup>7</sup> puede bastar para propiciar este efecto en el espectador (cf. Soengas Pérez, 2018). No, al menos, en el sentido en que lo pretende el director británico. Volvamos nuevamente a cómo recordaba él que había tomado forma el argumento de su película *It's a Free World*: “Hace unos años se hablaba de que los empleadores se servían de los trabajadores inmigrantes porque eran más baratos, y entonces sus ‘amigos’ de la prensa los defenestraban porque se trataba de extranjeros” (*supra*). Hay algo en la “objetividad” de los discursos pretendidamente neutros que, en cierto modo, los hace proclives a resultar reaccionarios o incluso (por decirlo en la terminología de Adorno y Horkheimer) totalitarios: a promocionar el aplastamiento de un individuo bajo las pesadas cadenas de un sistema ya de por sí suficientemente ominoso.

Quien ante el poder de la monotonía aún duda, es un loco. La industria cultural es capaz de rechazar tanto las objeciones contra ella misma como las dirigidas contra el mundo que ella duplica inintencionadamente. Sólo se tiene la alternativa de colaborar o quedar apartado. (Adorno y Horkheimer, 2007, p. 161)

La ficción aporta algo absolutamente novedoso, útil y aun pragmático para Loach. Ello puede ser así porque el hecho de que algo sea ficticio no lo convierte de inmediato en “mentira”. Al revés: el supuesto (reconocido) de que subyace una intencionalidad teórica en la construcción de una historia es una componente intelectualmente honesta que sin embargo tiene nula presencia en las obras culturales de corte comercial, del gusto de un público masificado y poco o nada predisuesto a la crítica. En cambio, el estilo absolutamente realista de un autor como Loach puede resultar contestatario porque en su relato se articula una tesis, un silogismo, una auténtica visión del mundo que, en la medida en que forma parte del mismo mundo al que representa, no solo funciona como modelo, sino que, además, ella misma “modela”. Es por eso por lo que la ficción tiene mayor capacidad para transformar el mundo que un documental, ya se trate de propagar la ideología acorde al sistema, ya de subvertir el orden establecido.

En consonancia con esta “honestidad” de Loach, a nadie se le escapa (o no se le debería escapar) que la expresión “*sorry we missed you*” que da título a su película expone un mensaje raro, paradójico, casi tendencioso: algo así como una disculpa por la falta que, sin embargo, ha sido cometida por otro (que no es cualquier otro, además, sino el otro receptor del mensaje). Se trata de la “disculpa” que debe dejar el repartidor cuando no encuentra en su domicilio al destinatario del mensaje: “Sentimos echarte de menos / en falta”.

Pero entonces, ¿quién es el que “falta” en ese lugar donde se entrega el mensaje? ¿La película no debería interpretarse, ella misma, como el mensaje enviado a un receptor que no está, que falta a su lugar, el lugar donde el repartidor esperaba encontrarlo? Desde este punto de vista, *Sorry We Missed You* es en sí misma un reclamo al espectador para que actúe, una llamada a la puerta que espera respuesta y que, sin embargo, sabe de antemano de la “falta”. De esta manera, esta historia tiene la virtud de ponernos a los propios espectadores en el punto de mira y nos hace objeto de nuestra propia mirada: las masas, los sujetos que aceptan formar parte de ese entramado sin rostro que recibe, obediente, los recados dispuestos por una

---

<sup>7</sup> Sobre el significado de tal “objetividad”, como presupuesto de la prensa, nos hemos pronunciado en Gracia Gómez (2020).

conveniencia eminentemente heterónoma; ya responda esta al interés de “los accionistas”, del gerente de un almacén o de un aparato minúsculo pero capaz de decidir la vida de un individuo hasta en sus últimas posibilidades.

## Referencias

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica de la Ilustración*. Trotta.
- Asensi, M. (2011). *Crítica y sabotaje*. Anthropos.
- Bardey, D. (2015, 4 de agosto). ¿Qué significa la “Uberización” de la economía? ¿Cuáles son sus consecuencias para Colombia? *Foco económico. Un blog latinoamericano de economía y política*. <https://bit.ly/33CIHgr>
- Bueno, A. (2019, 2 de noviembre). *Sorry We Missed You: La decisión de Ricky*. Cinemagavia. Cine y series. <https://bit.ly/2Eb1sxN>
- De Aguilera, M., Sosa, A. y De Aguilera, R. (2018). Comunicación, discursos, algoritmos, poder. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 40, edición de primavera, 2018, 161-167. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i40.20>
- FundéuRAE (s.f.). *Uberización y uberizar, términos válidos*. Consultado el 14 de diciembre de 2021. <https://bit.ly/32CiXAi>
- Gobierno de España, Ministerio de Educación y Formación Profesional (s.f.). Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor. *Ley de educación*. Consultado el 14 de diciembre de 2021 <https://n9.cl/0pfd1>.
- Gracia Gómez, A. A. (2020). Subjetividad y perspectivismo en la prensa y la literatura: análisis de La condena de Franz Kafka. *Estudios de teoría literaria – Revista digital. Artes, letras y humanidades*, 9 (18), 153-164. <https://n9.cl/gpx2l>
- Gutmann, T. (2019). Dignidad y autonomía. Reflexiones sobre la tradición kantiana. *Estudios de Filosofía*, 59, 233-254. <http://dx.doi.org/10.1515/9783110222906.3>.
- Hobbes, T. (2002). *Leviatán I*. Alianza-RBA.
- Infoautónomos (2020). ¿Qué es un falso autónomo? *Infoautónomos. Nacer, crecer, triunfar*. <https://bit.ly/3kpnXyo>
- Kant, I. (1996). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Ariel.
- Loach, K. (director). (2007). *It's a Free World* [película]. Sixteen Films.
- Loach, K. (director). (2016). *I, Daniel Blake* [película]. Why Not Productions y Wild Bunch.
- Loach, K. (director). (2019). *Sorry We Missed You* [película]. Versión distribuida en español por Vertigo Média, coproducida por Sixteen Films - BBC Films - BFI Film Fund - Les Films Du Fleuve - Why Not Productions - Wild Bunch.
- Mayor, F. (1984). Orwell, 1984. *Cuenta y razón*, 17, mayo-junio, 23-35.
- Orwell, G. (2008). *Nineteen Eighty-Four (1984)*. Penguin: England.
- Roy, E. (director). (2016). *How to make a Ken Loach film* [película]. Sixteen Film – Upián – Arte.. <https://bit.ly/2RDmV5o>.
- Soengas Pérez, X. (2018). Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 40, edición de primavera, 2018, 59-61. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i40.12>
- Szpilbarg, D. y Saferstein, E. (2014). El concepto industria cultural como problema: una mirada desde Adorno, Hockheimer y Benjamin. *Calle14: revista de investigación en el campo del arte*, 9 (14), 56-66. <https://bit.ly/3mwuAkk>
- Weinstein, M. (2018). Pensar el totalitarismo neoliberal: seis tesis sobre totalitarismo. *Constelaciones. Revista de teoría crítica*, 10, 74-115. <https://bit.ly/3c9WY0u>

Wikipedia (s.f.). *Conflicto entre Uber y los taxistas*. Wikipedia. La enciclopedia libre. Consultado el 14 de diciembre de 2021. <https://bit.ly/3mpe7ye>

### **Semblanza del autor**

**Alfonso A. Gracia Gómez** es doctor en Filosofía por la Universidad de Valencia y profesor de Secundaria en la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana. Colabora como investigador en el grupo EINDA, de la Escuela de Psicoanálisis Lacaniano de Valencia, y en el grupo “Crítica y sabotaje”, del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación de la Universidad de Valencia. Es autor de numerosas publicaciones nacionales e internacionales sobre psicoanálisis, hermenéutica, teoría de la literatura y crítica de la cultura.



## La privacidad, un desafío para periodistas y comunicadores. Análisis de la privacidad en los estudios universitarios de comunicación de Europa y Estados Unidos

*Privacy, a challenge for journalists and communicators.  
Analysis of privacy in university communication studies of Europe and the  
United States*

### **Dra. Laura Cervi**

Universidad Autónoma de Barcelona | Carrer de la Vinya, 738, 08193, Cerdanyola del Vallès,  
Barcelona | <http://orcid.org/0000-0002-0376-0609> | [laura.cervi@uab.cat](mailto:laura.cervi@uab.cat)

### **Dr. Carles Marín-Lladó**

Universidad Rey Juan Carlos | Camino del Molino, s/n, 28943, Fuenlabrada, Madrid |  
<http://orcid.org/0000-0001-7456-5889> | [carles.marin@urjc.es](mailto:carles.marin@urjc.es)

**Fechas | Recepción: 07/10/2021 | Aceptación: 01/12/2021**

### **Resumen**

El derecho a la privacidad del ciudadano y su preocupación por la protección de sus datos se ha acentuado con la consolidación y el uso masivo de internet, donde se ven expuestas, cada vez más, millones de referencias personales tanto de usuarios directos como de navegantes esporádicos.

Pero si hay una profesión que se somete al difícil equilibrio entre el respeto a la privacidad y la rigurosidad de una labor que es de interés público, esta es el periodismo y sus profesionales, quienes previamente se han formado en universidades de todo el mundo.

Precisamente este artículo pretende mostrar en qué contextos y cómo se aborda el tema de la privacidad en los estudios de periodismo y comunicación. Y para ello, presentamos los resultados de un estudio cuantitativo y cualitativo que analiza 865 materias de las 25 titulaciones que conforman las 13 mejores universidades en comunicación y medios en Europa y Estados Unidos, según los índices internacionales "QS World University Ranking

### **Abstract**

The right to privacy of citizens and their concern for the protection of their data has been accentuated with the consolidation and massive use of the Internet, where millions of personal references of both direct users and sporadic surfers are increasingly exposed.

But if there is a profession that is subjected to the difficult balance between respect for privacy and the rigorousness of a work that is of public interest, this is journalism and its professionals, who have previously been trained in universities around the world.

This article aims to show in what contexts and how the issue of privacy is addressed in journalism and communication studies. To this end, we present the results of a quantitative and qualitative study that analyzes 865 subjects of the 25 degrees that make up the 13 best universities in communication and media in Europe and the United States, according to the international indexes "QS World University Ranking by Subject".

The conclusions point out that, despite the

by Subject”.

Las conclusiones señalan que, a pesar del interés generado por la ciudadanía, las universidades relegan las enseñanzas relativas a la “privacidad” y la protección de datos a una posición claramente minoritaria en sus planes de estudios. Los necesarios cambios para adecuarse a la nueva realidad deberán asumírselos los futuros profesionales desde sus centros de aprendizaje, porque solo así se logrará el verdadero sentido de su trabajo: el de comprometerse éticamente con la sociedad.

**Palabras clave:** privacidad, periodismo, universidad, tecnología, deontología.

interest generated by the public, universities relegate teaching related to "privacy" and data protection to a clearly minority position in their curricula. The necessary changes to adapt to the new reality must be assumed by future professionals from their learning centers, because this is the only way to achieve the true meaning of their work: that of committing themselves ethically to society.

**Keywords:** *privacy, journalism, university, technology, deontology.*

## 1. INTRODUCCIÓN

La definición del concepto de “privacidad” siempre ha ido ligada a las tecnologías disponibles en cada momento (Mendel et al., 2012), pero la "revolución digital" lo ha situado en el centro del debate sobre los derechos que tienen los ciudadanos (Pérez-Tornero, 2016). De hecho, en marzo de 2017, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH) destacó por primera vez, y de forma oficial, el vínculo entre los derechos fundamentales relacionados con la información, el derecho a la privacidad y la libertad de expresión, con el derecho integral al libre desarrollo de la personalidad. En concreto, la resolución A/HRC/34/L.7<sup>1</sup> reconocía el derecho a la intimidad como aquel que posibilita “el libre desarrollo de la personalidad y, a ese respecto, observaba con preocupación cómo cualquier violación del derecho a la privacidad podría influir en otros como la libertad de expresión y opinión, y la libertad de reunión pacífica y asociación”.

En 2020, la cantidad de usuarios conectados a internet en el mundo ya superaba el umbral de los cuatro mil doscientos millones de personas: más de la mitad de la población mundial estaba conectada a la Red de redes, según el informe “Digital 2021. Global Overview Report” (2021). Sin embargo, estar enlazado con la base de datos de información mundial más grande tiene su precio. Jerry Berman y Deirdre Mulligan (1999) ya señalaron a finales del siglo pasado tres factores importantes que han afectado profundamente la “privacidad”: el aumento en la web de la creación de datos y el consecuente almacenamiento de grandes cantidades de referencias personales; el registro de casi todas las interacciones que se producen en línea; la globalización del mercado de datos y la capacidad de cualquier persona para recopilar y examinar todas esas informaciones personales; y la falta de mecanismos de control de los datos digitales que existían para proteger los datos analógicos. Pero lo cierto es que todos los estudios posteriores no hacen más que confirmar la creciente preocupación de los ciudadanos por la protección de sus datos. En un artículo reciente, Joseph Turow *et al.* (2018) muestran que, en Estados Unidos, alrededor del 96% de los usuarios de Internet teme que se divulguen sus datos personales, como la información de sus tarjetas de crédito o sus números de la seguridad social, lo que podría provocar el robo de identidades y también perjuicios

<sup>1</sup> A/HRC/34/L.7: “The right to privacy in the digital age”, del 17 de marzo de 2017. [http://ap.ohchr.org/documents/alldocs.aspx?doc\\_id=27960](http://ap.ohchr.org/documents/alldocs.aspx?doc_id=27960)

económicos. Solo el 17% de los estadounidenses creen que su información personal está segura, y alrededor del 50% de los padres estadounidenses encuestados aseguran haber hablado con sus hijos sobre el robo de la identidad en internet.

Otra fuente de preocupación parece ser la participación de los gobiernos en las actividades *online* de sus ciudadanos. En Estados Unidos, esos temores se vieron reforzados por la filtración de datos de la Agencia de Seguridad Nacional de los Estados Unidos (NSA) en 2013 y por el posterior espionaje, tanto de ciudadanos estadounidenses como de ciudadanos extranjeros, en todo el mundo. En este sentido, el informe "El estado de la privacidad en la América post Snowden" del Pew Research Center (2016) realizado entre noviembre de 2014 y enero de 2015, muestra cómo el 52% de los estadounidenses se sentían "muy preocupados" o "bastante preocupados" a este respecto. Sobre los datos y las comunicaciones electrónicas, alrededor del 74% decía que era muy importante "tener control sobre quién puede obtener información" y el 65% que era muy importante "vigilar qué información debe recopilarse".

A nivel mundial, el último informe de "KPMG<sup>2</sup> International" revela que el 55% de los consumidores encuestados decidió no comprar en internet por cuestiones de falta de privacidad, y menos del 10% de los consumidores creían tener control sobre cómo las organizaciones administran y usan sus datos personales.

A raíz de todo esto, los gobiernos de todo el mundo están discutiendo y aprobando leyes que buscan proteger la información personal de sus ciudadanos, mientras que, al mismo tiempo, las agencias de seguridad nacional justifican su derecho a acceder a los datos de los usuarios debido a las amenazas terroristas de los últimos años, y empujan a los fabricantes de tecnología a crear códigos especiales que les permitan acceder a sus cuentas en caso de comportamiento sospechoso.

Por otro lado, el Reglamento General Europeo de Protección de Datos (RGPD) -probablemente el más importante en este ámbito- fue aprobado por el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea el 27 de abril de 2016, y entró en vigor el 25 de mayo de 2018. El RGPD (UE) 2016/679<sup>3</sup> es un reglamento de la legislación de la Unión Europea (UE) sobre protección de datos y privacidad para todas las personas dentro de la UE y el Espacio Económico Europeo (EEE), cuyo objetivo principal es otorgar a las personas el control de sus datos personales y simplificar el entorno normativo para los asuntos internacionales, unificando así la normativa dentro de la Unión Europea. Este Reglamento también aborda la exportación de datos personales fuera de las áreas de la UE y del EEE.

El objetivo del RGPD es prevenir una violación de datos personales, lo que se traduciría, en caso de que la infracción fuera por parte de una empresa, en una multa potencial de hasta 20 millones de euros o el 4% de su facturación anual global.

Muchos analistas en Europa creen que la entrada en vigor de este Reglamento de Protección de Datos está ayudando a mejorar la protección de la privacidad en todo el mundo. Puesto que todos los ciudadanos europeos tienen que aprobar cualquier uso particular de su información, se espera que a las multinacionales les resulte más fácil crear reglas claras y precisas para todos los usuarios, ya sean europeos, ya sean de fuera de ese continente.

---

<sup>2</sup> KPMG: <https://home.kpmg.com/sg/en/home/media>

<sup>3</sup> [www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf](http://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf)

Sin embargo, como recuerda la UNESCO, el esfuerzo de las autoridades competentes no es suficiente, si los ciudadanos no están equipados con la información y las habilidades necesarias para comprender y hacer valer sus derechos. Por ello, en su Encuesta de 2017: “*Survey on Privacy in Media and Information Literacy with Youth Perspectives*” (Culver y Grizzle, 2017), la institución insiste en la importancia de la alfabetización mediática, puesto que, al promover una comprensión más profunda de las formas en que los medios y la tecnología permiten o limitan la capacidad para vivir en libertad, resulta ser una herramienta fundamental para la defensa de la privacidad.

### 1.1. Privacidad y periodismo

A partir de este derecho fundamental de la privacidad señalado, lo cierto es que todos los ciudadanos deberían conocerlo, a la vez que utilizarlo, para sentirse protegidos. Pero si existe una profesión en la que el conocimiento continuo actualizado de las condiciones legales (y no legales), con respeto a la privacidad, es de vital importancia hoy más que nunca, esa es, sin duda, el periodismo.

Los periodistas se enfrentan a un difícil equilibrio entre el respeto a la privacidad y la rigurosidad y solidez de sus investigaciones sobre temas que consideran de interés público. El artículo 4 del citado RGPD (UE) 2016/679 define, por ejemplo, la vulneración de datos personales, los *data breach*, como “la violación de seguridad que implica accidental o ilegalmente la destrucción, pérdida, modificación, divulgación no autorizada o acceso a datos personales transmitidos, almacenados o de otra manera procesados”. Por lo tanto, el debate<sup>4</sup> sobre la pertinencia, implementación y límites de la aplicación de esta legislación en el ejercicio de la profesión periodística acaba de comenzar.

El artículo 85 del Reglamento Europeo también prevé exenciones o derogaciones a favor de la actividad periodística, pero también a favor de la expresión académica, artística y literaria, y cada estado miembro puede ofrecer más exenciones a los periodistas. En general, el tratamiento de datos que realiza el periodista es sustancialmente gratuito: este profesional de la comunicación también puede tratar (y publicar) informaciones sensibles y judiciales sin necesidad de obtener el consentimiento del interesado, siempre que se cumplan dos requisitos: que los datos se hayan recopilado de manera legal y correcta (principio de legalidad); y que la difusión de datos se produzca dentro de los límites de lo esencial (principio de esencialidad) de la información sobre hechos de interés público. Los medios de comunicación, por lo tanto, podrán solicitar una exención si los datos personales que tratan se consideran imprescindibles para su publicación, es decir, si creen que la publicación es de interés público y si su cumplimiento puede ser incompatible con el periodismo (Ruano y Torres, 2016; Lévy, 2007).

En definitiva, sea cual sea el resultado del debate y las aplicaciones y/o cambios en el reglamento, es evidente que, para los periodistas y, en general, para todos los comunicadores, estar adecuadamente preparados y actualizados en materia de privacidad es condición *sine qua non* para poder ejercer su profesión de una forma óptima, con garantías.

---

<sup>4</sup> Cfr. *The Guardian* <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/10/data-protection-press-freedom>

## 2. LA ENSEÑANZA DEL PERIODISMO

El escenario comunicativo actual, marcado por el impacto de la web 2.0 -también llamada web social- requiere que periodistas tengan una serie de novedosas habilidades, que van desde el dominio de destrezas técnicas para el uso de nuevas herramientas hasta la asimilación de la producción rutinaria de contenidos marcados con una lógica transmediática (Scolari, 2013; Quan-Hasse y Young, 2010; Salaverría, 2016), entre otros aspectos.

El advenimiento del llamado CGU -herramienta de Contenido Generado por el Usuario, a menudo *amateur*, que es utilizado por periodistas- pone aún más énfasis en temas cruciales como el respeto por los derechos de autor y la privacidad (Autor, 2019).

Vasallo y Fuentes (2000), en el contexto latinoamericano; Westlund (2013), entre otros, en el contexto europeo; y Wenger *et al.* (2014) en el de Estados Unidos, convergen en la falta de un debate profundo sobre los estudios de comunicación y sobre la necesidad de afrontar, en el ámbito académico, los cambios en el escenario comunicativo con un enfoque sistémico global.

Ya a mediados de la primera década de siglo, la UNESCO (2007) encargó a un grupo de expertos en educación la elaboración de directrices para la enseñanza del periodismo. El estudio concluyó que la formación en periodismo en el ámbito universitario debía organizarse en torno a tres ejes curriculares: a) normas, valores, herramientas, criterios de calidad y prácticas periodísticas; b) los aspectos sociales, culturales, políticos, económicos, legales y éticos del ejercicio del periodismo; y c) Conocimiento del mundo y dificultades intelectuales relacionadas con el periodismo. Esta propuesta nace en una etapa en la que, a pesar de la irrupción de numerosos cibermedios, la reflexión sobre la correcta aplicación de la tecnología en el ámbito periodístico se encuentra en un periodo inicial de desarrollo.

Una década más tarde, en el contexto de una encuesta sobre la formación de periodistas en Brasil, Portugal, Puerto Rico y España, López-García, Rodríguez-Vázquez y Pereira Fariña (2017) destacaron que, a pesar de la mejora en el nivel de formación de los periodistas, se iba a seguir llevando a cabo una revisión permanente de los Planes de estudio, así como el fomento de la educación continua.

Finalmente, en un estudio participado por catorce países de la Unión Europea (Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia), Díaz del Campo (2013) se concluyó que la inclusión de la ética es esencial en cualquier Plan de estudios de periodismo. El autor destaca que el ejercicio del periodismo requiere de una conciencia ética de estos profesionales que, necesariamente, debe ser proporcionada por la institución educativa.

En 2017, el *Report of Predictions* que elaboró el Instituto Reuters junto a la Universidad de Oxford, también indicó que, entre los principales desafíos y tendencias del periodismo, la realidad 3D en los teléfonos móviles con fines informativos, el periodismo de datos, la lucha contra las *fake news* y la privacidad iban a ser fundamentales.

Este nuevo escenario requiere, por tanto, importantes transformaciones: las enseñanzas universitarias de ciencias de la comunicación deben renovar y actualizar sus planes de estudio para adecuarlos a los nuevos perfiles profesionales que demanda el mercado, a las peculiaridades de la situación comunicativa y al nuevo perfil de los usuarios de Internet (Acosta, Costales y Rosales, 2016; López García, 2010; Mellado et al., 2007; Cervi, 2020). Por lo

tanto, los retos relacionados con la actualización de estos estudios universitarios abarcan todo el proceso educativo, desde los contenidos, pasando por las habilidades y metodologías de enseñanza, hasta llegar a los propios docentes y su manera de enseñar este nuevo escenario que implica profesión y sociedad (Tramullas, 2016; Mellado, 2010).

### 3. MÉTODO

Como hemos señalado anteriormente, son muchos los autores que se han centrado en los estudios del periodismo y sus múltiples disciplinas, pero lo cierto es que no existen investigaciones específicas sobre el papel de la privacidad en la educación periodística. Por ello, nuestro objetivo es comprender en qué contextos y cómo se aborda el tema de la privacidad en la educación universitaria del periodismo y, en general, de la propia en comunicación. Y para ello, nos centraremos en las mejores universidades del mundo.

El estudio se basa en el prestigioso "QS World University Ranking by Subject", que clasifica las universidades -y sus materias- a través de una serie de indicadores como la reputación académica (a través de una encuesta a 70.000 académicos), la reputación profesional (encuesta a 30.000 profesionales expertos en la materia), la relación profesor/alumno, el número de citas por facultad, y la relación internacional entre alumnos y profesores.

Inspirados por los estudios de Cervi (2017); Cervi, Pérez-Tornero y Tejedor (2020), hemos seleccionado las 10 mejores universidades del mundo en el área de "Comunicación y medios", incluyendo todas las titulaciones relacionadas con la comunicación y/o el periodismo.

Las universidades seleccionadas (y sus *rankings*) son: Universidad *Southern California*, Estados Unidos (1), Universidad de Ámsterdam, Holanda (2), *London School of Economics and Political Science*, Gran Bretaña (3), Universidad de Stanford, Estados Unidos (4), Universidad de Wisconsin-Madison, Estados Unidos (5), Universidad de California-Berkeley, Estados Unidos (= 6), Universidad de Texas, Austin, Estados Unidos (=6), Universidad *Goldsmiths*, de Inglaterra (8), Universidad de California-Los Ángeles (UCLA) (9) y Universidad de California-Los Ángeles Pennsylvania, Estados Unidos (10). La Universidad de Texas y la *London School of Economics* han sido excluidas de la muestra, ya que no ofrecen títulos en estas disciplinas, solo maestrías y doctorados.

La muestra inicial estuvo compuesta casi en su totalidad por universidades estadounidense. Por este motivo, y para obtener una muestra más heterogénea, también se sumaron las primeras 15 universidades europeas presentes en la última actualización del ranking del año 2018. Las universidades seleccionadas fueron: Universidad de Ámsterdam, Países Bajos (1), *London School of Economy and Political Science*, Gran Bretaña (3), Goldsmith, Universidad de Londres, Gran Bretaña (9), Universidad de Cardiff, Gran Bretaña (23), *King's College*, Gran Bretaña (24), Universidad de Zurich, Suiza (30), Universidad de Arhus, Dinamarca (= 35), Ludwig-Maximilians-Universität de Munich, Alemania (= 35), Universidad de Leeds, Gran Bretaña (39), Universidad de Westminster, Gran Gran Bretaña (40), Universidad de Loughborough, Gran Bretaña (41), Universidad de Helsinki, Finlandia (43), Universidad de Viena, Austria (44), Universidad de Navarra, España (49) y Universidad de Leicester, Gran Bretaña (50).

Tanto la *London School of Economics and Political Science* como el *King's College* no ofrecen cursos de grado, solo especializaciones de posgrado, por lo que han sido excluidas. Además,

por razones de comprensión idiomática común, se han excluido las universidades que no ofrecen cursos en inglés: por este motivo, de las universidades de habla inglesa, solo se han considerado las Universidades de Ámsterdam y Navarra.

Muchas universidades ofrecen más de una titulación en este campo; así pues, las 25 titulaciones analizadas corresponden a 13 campus universitarios (ver la tabla 1).

En cuanto a la metodología utilizada para responder a las preguntas de investigación, se ha desarrollado un corpus de análisis en el que se han recogido los siguientes aspectos: a) Estructura; b) Objetivos y competencias de las carreras; c) Distribución de asignaturas; d) Presencia o ausencia de asignaturas específicas sobre ética o derecho de la información; e) Cantidad y tipo de temas en los que se aborda el tema de la privacidad; f) Presencia de temas específicos de privacidad.

De las 865 asignaturas ofertadas en las carreras en cuestión (en el caso de Estados Unidos, no se incluyen las optativas de otras disciplinas), se han seleccionado todas aquellas materias en cuyos títulos se menciona explícitamente la palabra “privacidad”, además de todas las asignaturas de Derecho y/o Ética de la Información y Políticas de comunicación.

A través de un análisis de contenido cuantitativo, se han escogido aquellas carreras que realmente hablan de privacidad y, posteriormente, han sido sometidas a un análisis de contenido cualitativo para comprender desde qué punto de vista y cómo afrontan esta temática.

**Tabla 1: Universidades y titulaciones**

Titulación	Universidad	País
Comunicación	Universidad de Stanford	EE.UU.
Comunicación	Universidad de California-Berkeley	EE.UU.
Comunicación	Universidad de Wisconsin-Madison	EE.UU.
Periodismo	Universidad de Wisconsin-Madison	EE.UU.
Comunicación	Universidad de California-Los Ángeles - UCLA	EE.UU.
Comunicación	Universidad de Pensilvania	EE.UU.
Comunicación	Universidad Southern California	EE.UU.
Periodismo	Universidad Southern California	EE.UU.
Ciencias de la Comunicación	Universidad de Ámsterdam	Holanda
Información y Medios de Comunicación	Universidad de Ámsterdam	Holanda
Comunicación y Medios	Goldsmiths, Universidad de Londres	Reino Unido
Periodismo	Goldsmiths, Universidad de Londres	Reino Unido

Periodismo, Medios de Comunicación y Literatura inglesa	Universidad de Cardiff	Reino Unido
Periodismo, Comunicación y Sociología	Universidad de Cardiff	Reino Unido
Periodismo, Comunicación y Política	Universidad de Cardiff	Reino Unido
Medios y Comunicación	Universidad de Cardiff	Reino Unido
Medios y Comunicación	Universidad de Leeds	Reino Unido
Periodismo	Universidad de Leeds	Reino Unido
Medios digitales	Universidad de Leeds	Reino Unido
Medios digitales y Comunicación	Universidad de Westminster- Londres	Reino Unido
Periodismo	Universidad de Westminster- Londres	Reino Unido
Comunicación y Estudios de Medios	Universidad de Loughborough	Reino Unido
Periodismo (bilingüe)	Universidad de Navarra	España
Periodismo	Universidad de Leicester	Reino Unido
Medios y Comunicación	Universidad de Leicester	Reino Unido

Fuente: elaboración propia.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Estructura de las carreras

En este apartado describiremos brevemente la estructura de las titulaciones que ofrecen las universidades de la muestra, con el fin de contextualizar e identificar los elementos fundamentales para la comparativa. De hecho, es importante subrayar que cada país cuenta con diferencias notables en su planificación curricular con respecto a otros territorios. El sistema universitario estadounidense, por ejemplo, difiere mucho del europeo en general.

Aunque hay más de 4.500 instituciones de educación superior acreditadas, lo primero que hay que señalar es que no existe un Plan de Estudio genérico, ni una agencia o institución de control central, ya que todo se gestiona en el ámbito de cada estado de forma individual. El sistema de créditos, por tanto, al no estar centralizado, puede ser muy diferente de una universidad a otra, al igual que los Planes de estudio y el marco básico de las titulaciones. Además, a diferencia de muchos países europeos, en Estados Unidos no existen las facultades, por lo que los estudiantes cursan durante los dos primeros años diferentes disciplinas como literatura, arte, historia, ciencia, etc., con el fin de crear un perfil de cultura general. Al final del segundo año (muchas universidades prohíben expresamente hacerlo antes), los estudiantes pueden decidir en qué disciplina enfocarse. Una especialización académica es, por lo tanto, la disciplina curricular en la que el estudiante decide encaminarse. Después, los estudiantes

pueden elegir, aunque no necesariamente, tres años de estudio como segunda especialización académica, que puede ser significativamente diferente de la principal.

Finalmente, en cuanto al tipo de asignaturas, el estudio revela que las universidades estadounidenses tienden a ser mucho más flexibles y limitan el número de materias obligatorias con el fin de ofrecer al estudiante la posibilidad de construir un currículum *ad hoc* en función de sus intereses.

La trayectoria académica de los estudiantes estadounidenses, por lo tanto, puede ser muy heterogénea, dadas las amplias posibilidades de cursar asignaturas fuera de su carrera. Por ello, a efectos de una adecuada comparativa, solo se consideran materias relacionadas con las especializaciones.

Las universidades británicas, a pesar de que pertenecen formalmente al Espacio Europeo de Educación Superior, no aplican todos los estándares, especialmente en términos de recuento de créditos; sin embargo, a nivel estructural son muy similares a las universidades europeas. De hecho, trabajan un Bachillerato de Artes (BA) o de Ciencias (BC) con una duración de tres o cuatro años y son el equivalente a un título en los principales países europeos. El resto de las universidades europeas analizadas siguen el sistema europeo de créditos ECTS y se adaptan al "Plan Bolonia", desde una perspectiva amplia para que el análisis se pueda llevar a cabo. De hecho, Holanda y España utilizan sistemas similares, pero conviene hacer algunas aclaraciones. En Holanda, la educación superior se caracteriza por tener un sistema mixto: por un lado, existen universidades de ciencias aplicadas o profesionales donde se imparte una docencia más práctica, con una duración de 4 años. Por otro lado, están las universidades clásicas que imparten, entre otras, los estudios de periodismo y comunicación, además de realizar actividades de investigación. En estos casos, el Grado tiene una duración de 3 años y aglutina 180 créditos ECTS (*European Credit Transfer System*). En España, la mayoría de las universidades no aplican el sistema "3 + 1" ni "3 + 2", aplicando un "4 + 1": la titulación tiene una duración de cuatro años y se puede complementar con un año de Máster que da acceso al doctorado.

#### 4.2. Objetivos y competencias

El análisis de los 25 planes de estudio de las licenciaturas en periodismo y/o comunicación de las distintas universidades seleccionadas permite identificar los 9 objetivos didácticos más comunes, enumerados seguidamente de mayor a menor importancia:

- **Cultura digital:** estudia las particularidades que definen la llamada "Cultura digital" para promover la comprensión de las transformaciones que la tecnología ha generado en el escenario de la comunicación.
- **Fundamentos de la comunicación:** analiza las bases de los procesos de comunicación a nivel conceptual y su evolución en el tiempo.
- **Producción de contenidos:** desarrolla habilidades para la concepción y generación de contenidos informativos de diversa índole (tanto formatos como medios).
- **Industria de los medios:** explora las características que definen la estructura y las políticas de comunicación de ámbito nacional e internacional.

- **Aspecto crítico:** Asume habilidades críticas y reflexivas relacionadas con diferentes mensajes multimedia y rutinas de producción.
- **Creatividad:** desarrolla la capacidad de concebir mensajes, formatos y proyectos de comunicación originales que exploten las posibilidades de cada medio, sector o área temática.
- **Mirada humanista:** Promueve una asimilación básica de diferentes disciplinas o áreas como la filosofía, la historia o la antropología, entre otras.
- **Versatilidad:** Explora la capacidad de aplicación de las rutinas de producción de diferentes soportes con solvencia, rigor y profesionalidad.
- **Efectos de la comunicación:** Tiene como finalidad comprender los efectos de la comunicación y sus procesos en las personas y grupos sociales.

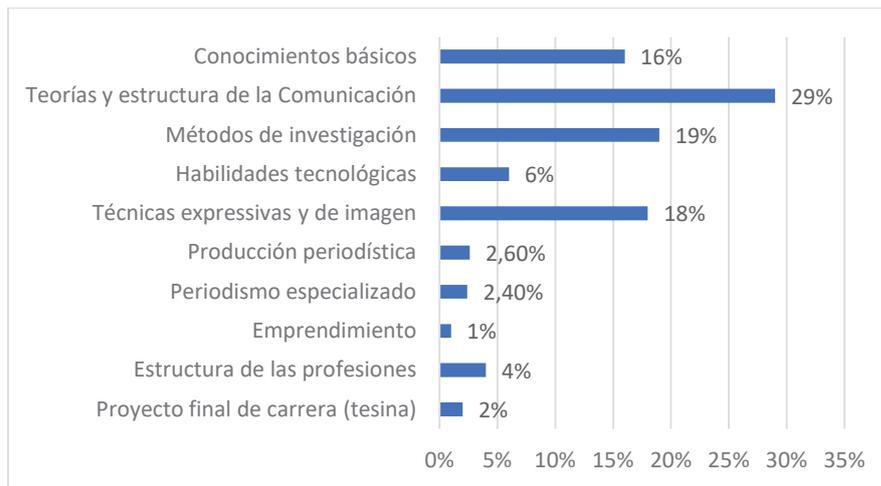
Entender, por lo tanto, las transformaciones que introduce la cultura digital en el escenario comunicativo parece ser un objetivo recurrente. Si nos centramos en las competencias, el estudio de los currículos seleccionados nos permite identificar un grupo de 11 competencias comunes. Se trata de conocimientos, talentos y actitudes esenciales que incluyen tanto habilidades básicas (también llamadas clave, esenciales o fundamentales) como específicas, más de corte profesional y académico. Las habilidades comunicativas, en general, junto con la adquisición de una actitud de autorreflexión, ocupan un peso importante en los currículos analizados. Y hay que insistir en la necesidad de conocer los fundamentos de los intercambios comunicativos y en la capacidad de poner en práctica las técnicas de la profesión siguiendo su ética profesional. En concreto, la competencia que se repite varias veces en el conjunto de planes de estudio es precisamente la capacidad de actuar de forma crítica, analítica y ética. Dado el aparente énfasis puesto en la ética, uno esperaría una presencia importante de los problemas que aporta el tema de la “privacidad”, pero los datos refutan abiertamente esta suposición.

### 4.3. Materias obligatorias

Las asignaturas obligatorias son las llamadas “fundamentales”, consideradas los pilares del conocimiento. Por ello, resulta especialmente interesante comenzar nuestro análisis a partir de ellas.

Como se puede observar en el Gráfico 1, el 29% corresponde a temas relacionados con la Teoría, Estructura e Historia de la comunicación, que junto a las Metodologías de investigación (con el 19% del total) y los conocimientos básicos (16%), representan más de la mitad de las materias obligatorias. Estos datos indican que las asignaturas obligatorias apuestan por consolidar una formación fundamentalmente teórica.

### Gráfico 1 Materias obligatorias



Fuente: elaboración propia.

En el área temática "Teorías, Estructuras e Historia de la comunicación", encontramos asignaturas relativas a la Teoría de la comunicación, que tienen como objetivo proporcionar capacidades comunicativas a partir del intercambio de información; por ejemplo: Introducción a la Comunicación o Comunicación en las Ciencias Sociales. Pero sobre todo que proveen de temas que tratan de abarcar el panorama mediático desde una perspectiva más sociológica, como es el caso de Medios, Cultura y Sociedad, presentes, con diferentes nombres, en todas las universidades.

Las cuestiones relativas al marco legal, Las Políticas de Comunicación y/o La Ética y la Deontología de la Comunicación (Ética de la Comunicación, Derecho de los Medios de Comunicación o Ética de los Medios de Comunicación) también entran dentro de esta área temática.

Como muestra el Gráfico 2, hay materias como Políticas de Derecho, Ética y Comunicación, que obtienen una presencia mínima en los Planes de estudio. De hecho, de las 25 titulaciones examinadas, solo 16 asignaturas -que son obligatorias y representan 1,8% del total de asignaturas- tratan de Ética/Deontología o Derecho de los Medios. Esto significa que no todas las titulaciones en periodismo o comunicación consideran necesario impartir formación en Derecho de la Comunicación a futuros periodistas o profesionales de la comunicación. Además, solo la Universidad de Berkeley cuenta entre sus asignaturas obligatorias: "Privacidad en la era digital", una materia específica dedicado al objeto de este estudio.

**Gráfico 2: Distribución de asignaturas del área temática: "Teorías, Estructuras e Historia de la Comunicación"**

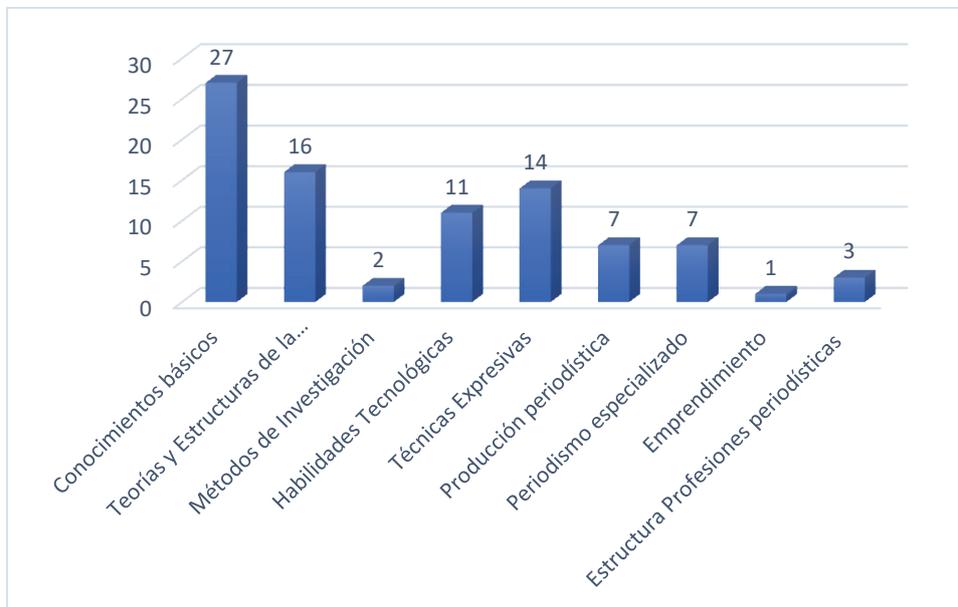


Fuente: elaboración propia.

#### 4.4 Materias optativas

Observando la distribución de las asignaturas optativas, representada por el Gráfico 3, podemos ver cómo los "Conocimientos Básicos" (Historia, Sociología, Antropología, etc.) son preponderantes. Como ya se ha comentado anteriormente, los datos representan en su mayoría a las universidades estadounidenses de la muestra, donde se favorece el estudio de este tipo de asignaturas genéricas.

Gráfico 3: Materias optativas



Fuente: elaboración propia.

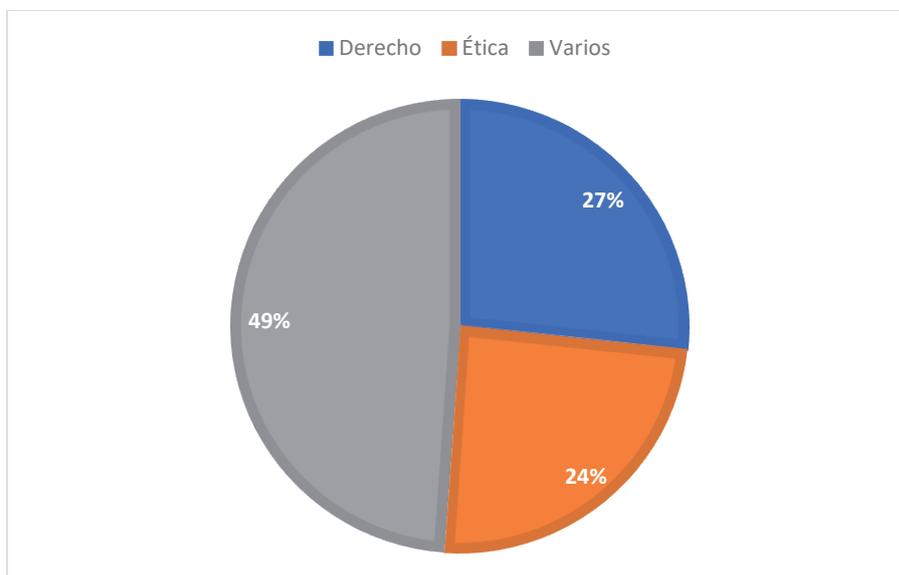
Los resultados no difieren de los propios de las asignaturas obligatorias: en total las materias que tratan de ética o derecho de la información representan el 2,5%.

#### 4.5. Tipo de materias que tratan el tema de la "privacidad"

Del total de asignaturas, se seleccionan 34 materias, de las que 15 son obligatorias y 27 son optativas. Se descartan 5 de ellas porque tratan el “Derecho” de una forma demasiado genérica (*Freedom of Speech* como se dice en EE.UU.) y no dedican ningún espacio a la temática de esta investigación. Por lo tanto, de la muestra seleccionada solo el 3% del total trata la “privacidad”.

Si nos fijamos en el tipo de asignatura, como se muestra en el Gráfico 4, la “privacidad” es tratada casi en un 50% de las materias de derecho, impartidas por abogados; seguidos de asignaturas de ética, impartidas por profesores con diferentes perfiles académicos (periodistas, filósofos, etc.); y por una amalgama de otras disciplinas que van desde la sociología hasta el análisis de políticas.

**Gráfico 4: Distribución temática de las materias relacionadas con la privacidad**



Fuente: elaboración propia.

#### 4.6. Contenidos

El análisis cualitativo de los contenidos nos permite establecer cómo las diferentes materias abordan el tema de la “privacidad”. En primer lugar, las asignaturas mixtas de ética y deontología (por ejemplo, Ética de los Medios y Derecho) se centran, en su mayor parte, en los derechos y responsabilidades de los periodistas, mientras que las de ética se centran en el debate filosófico, más que en la práctica periodística.

En general, las asignaturas de “derecho” tienden a abordar los principales problemas del Derecho de la Información y la Comunicación, la Organización -cuando esta existe- de la Profesión Periodística, y el Sistema de Medios y las Autoridades Reguladoras.

Todas las materias asociadas al Derecho (medios, información, internet) cuentan con un módulo dedicado a la privacidad, generalmente relacionado con los problemas legales que plantean las nuevas tecnologías de la información y la comunicación: libertad de comunicación y expresión a través de internet, responsabilidad de los operadores, herramientas de regulación de la red, procesamiento de datos personales...

En estos casos, el enfoque de la privacidad desde un punto de vista de contenido evidencia las diferencias tradicionales entre las dos culturas occidentales de privacidad. De hecho, los estadounidenses tienden a considerarlo una cuestión de libertad, una protección contra la intrusión del Estado, estrechamente ligada a los derechos de propiedad privada y la libertad de expresión y, de hecho, en las asignaturas se da mucha más importancia al concepto de "vigilancia" y al derecho del ciudadano a no ser "espiado" por el Estado, mientras que en los países europeos -especialmente España- relacionan la intimidad con la dignidad, idea que se origina en el concepto histórico del honor, muchas veces ligado a la protección frente a la intromisión de los medios de comunicación en la vida privada de la gente y su derecho al olvido. Incluso en las tres materias específicas sobre privacidad es posible detectar diferencias sustanciales: en ambas materias de las universidades estadounidenses se centran, de hecho, en el concepto de "vigilancia" por parte de los gobiernos.

Por otro lado, la asignatura obligatoria: Privacidad en la Era Digital, ofrecida en la Universidad de Berkeley, examina los problemas de privacidad en la sociedad contemporánea, con especial énfasis en cómo la privacidad se ve afectada por el cambio tecnológico. Después de una Introducción al Orden Legal Estadounidense y de estudiar Los fundamentos Teóricos de la Ley de Privacidad, el concepto de "privacidad" se analiza en el contexto de las investigaciones de seguridad nacional, registros y bases de datos gubernamentales, noticias, bases de datos comerciales, etc. El programa dedica un módulo completo a la reflexión sobre cómo y por qué la regulación de la privacidad puede limitar la Primera Enmienda y viceversa.

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

De las 25 titulaciones analizadas, los resultados muestran que solo el 3% de las asignaturas aplican de alguna manera la "privacidad" en sus programas, y solo el 0,2% de las asignaturas -precisamente 3 de 865- están dedicadas específicamente a esta temática.

Aunque la privacidad y su protección están en el centro de las preocupaciones de gobiernos y ciudadanos, y a pesar de que la UNESCO y otras instituciones apelan a la educación, es evidente que las mejores universidades con estudios de Comunicación y Periodismo analizadas parecen tener una opinión diferente y, sobre todo, un enfoque distinto, ya que relegan las enseñanzas relativas a la privacidad y a la protección de datos a una posición claramente minoritaria.

Por ello, podemos afirmar que nuestro estudio corrobora las reflexiones generales de Singh et al. (2015) y Salaverría (2016), que subrayan la necesidad de reformular los planes de estudio de las facultades de periodismo y comunicación con el fin de dotar a los estudiantes de las herramientas necesarias para afrontar las transformaciones, en particular las tecnológicas, que deben asumir después cuando pasen a ejercer la profesión periodística. Es decir, son las Facultades de Periodismo las que deben adaptarse al cambio tecnológico, dotando a los estudiantes de las habilidades necesarias para utilizar las últimas técnicas, pero sobre todo deben enseñarles a analizar, contextualizar y reflexionar sobre la esencia de los cambios introducidos por esa tecnología.

En la llamada Sociedad de la Información, en la que la propia información se ha convertido en el bien fundamental, la enseñanza de temas de comunicación no puede ignorar una cuestión tan crucial como son los datos y su protección.

Con el advenimiento del periodismo ciudadano -entendido como un conjunto de procesos con los que el público pasa de ser un lector pasivo a participar en una gran conversación social emergente (Gilmor, 2004), y la consecuente (e inevitable) tendencia hacia el periodismo colaborativo y deliberativo-, el periodista se está convirtiendo en el moderador de esta conversación. Conocer los límites y respetarlos, por lo tanto, se vuelve fundamental para que esta "conversación" sea productiva.

## Referencias

- Acosta, M.; Costales, Z.; Rosales, B. (2016): Formación por competencias profesionales en la carrera de Periodismo. *Rev. Cubana Edu. Superior*, vol.35, nº 1, pp. 75-84.
- Berman, J.; Mulligan, D. (1999). Privacy in the Digital Age: Work in Progress, *Nova Law Review*, vol. 23, nº. 2.
- Cervi, L. (2017) Citizen Journalism and User Generated Content in Mainstream Media. new dialogic form of communication, user-engagement technique or free labor exploitation? *Revista de Comunicação Dialogica*, (1), 120–141. <https://doi.org/10.12957/rcd.2019.41871>
- Cervi, L.; Pérez Tornero, J.M.; Tejedor, S. (2020). The Challenge of Teaching Mobile Journalism through MOOCs: A Case Study. *Sustainability* (12), 5307. <https://doi.org/10.3390/su12135307>
- Cervi, L. (2020). Exclusionary Populism and Islamophobia: A Comparative Analysis of Italy and Spain. *Religions*, 11, 516.
- Culver, S. H.; Grizzle, A. (2017). Survey on Privacy in Media and Information Literacy with youth perspectives. USA, Temple University: UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002589/258993e.pdf>
- Díaz del Campo-Lozano, J. (2013). El lugar de la Ética en la formación del periodista. Un estudio de la situación en la Unión Europea. *Cuadernos.Info*, 33, pp. 113-120.
- Digital 2021. Global Overview Report (2021): <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Gilmor, D. (2004). *We the Media. Sebastopol*. California: O'Reilly.
- Lévy, L. (2007). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos.
- López García, X. (2010). La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp 231- 243.
- López-García, X.; Rodríguez-Vázquez, A.; Pereira-Fariña, X. (2017). Technological Skills and New Professional Profiles: Present Challenges for Journalism. *Comunicar*, 53, pp. 81-90.
- Mellado, C.; Simon, J.; Barría, S.; Enríquez, J. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *Zer*, 23, 2007, p.139-164.
- Mellado, C. (2010). La voz de la academia: Reflexiones sobre periodismo y comunicación. *Signo y Pensamiento*, vol. XXIX, núm. 56, pp. 274-287.
- Mendel, T.; Puddephatt, A.; Wagner, B.; Hawtin, D.; Torres, N. (2012). *Global survey on internet privacy and freedom of expression*. Paris: Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002182/218273e.pdf>
- NiemanLab (2017): [http://www.niemanlab.org/collection/predictions-2017/\(01-08-2017\)](http://www.niemanlab.org/collection/predictions-2017/(01-08-2017))
- Pérez Tornero, J.M. (2016): Promoting Digital Literacy. Informe Final EAC/76/03. Comprender la alfabetización digital. Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación, Universitat Autònoma

- de Barcelona.  
[http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/comprender\\_dl.pdf](http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/comprender_dl.pdf) (01-08-2017)
- Pew Research Center (2016). "The state of privacy in post-Snowden America".  
<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/09/21/the-state-of-privacy-in-america/>
- Quan-Haase, A; Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), pp. 350-361.
- Reuters Institute (2017): Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2017.  
<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2017> (01-08-2017)
- Ruano, I. E.; Torres, A. E. (2016). Comunicación e interacción por el uso de dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales en estudiantes universitarios. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, 19, pp. 15-31
- Salaverría, R. (2016). Redefinir al comunicador. *El profesional de la información*, v. 25, n. 2, pp. 163-167.
- Scolari, C.A. (2013). Media Evolution. Emergence, Dominance, Survival and Extinction in the Media Ecology. *International Journal of Communication* 7, pp. 1418–1441.
- Singh, J.; Grizzle, A.; Joan Yee, S. & Hope Culver, S. (Eds.) (2015). Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. MILID Yearbook 2015. Gothenburg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media; Nordicom.  
[http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/publikationer-hela-pdf/milid\\_yearbook\\_2015.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/publikationer-hela-pdf/milid_yearbook_2015.pdf)
- Tramullas, J. (2016). Hannibal *ad portas* o los futuros perfiles profesionales de la información. *El profesional de la información*, v. 25, n. 2, pp. 157-162.
- Turow, J.; Hennessy, M. & Draper, N. (2018). Persistent Misperceptions: Americans' Misplaced Confidence in Privacy Policies, 2003–2015. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62:3, 461-478.
- Unesco (2007): Colección de la UNESCO sobre los estudios de periodismo Plan modelo de estudios de periodismo. 2007. París.
- Vasallo, M.; Fuentes, R. (comps.) (2000). *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. México D. F.: Iteso, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara.
- Wenger, D., Owens, L., Thompson, P. (2014). Help Wanted: Mobile Journalism Skills Required b Top U.S. News Companies. *Electronic News*, vol 8(2), 138-149.
- Westlund, O. (2013). Mobile News: A review and model of journalism in an age of mobile media. *Digital Journalism*, Vol. 1, No. 1, 2013, 6–26.

### Semblanza de los autores

**Laura Cervi** es Profesora Serra Hünter del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB. Doctora en Ciencia Política por la Università di Pavia, Italia y por la UAB. Es miembro del grupo de investigación Gabinete de Comunicación y Educación, dirigido por el catedrático Dr. José Manuel Pérez Tornero en la UAB y coordinadora académica del Máster en Gestión de la Comunicación Política y Electoral del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB. Ha participado en diversos proyectos internacionales y

ha sido, junto al Dr. José Manuel Pérez Tornero, Investigadora Principal del proyecto europeo Y-NEX, European Youth News Exchange, (2015-2017). En el año 2014 fue investigadora visitante en la Newberry Library de Chicago (EEUU).

**Carles Marín Lladó es** Profesor titular de Periodismo Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) desde 2003. Se ha especializado en la información televisiva y radiofónica a partir de su análisis discursivo. Desde 2012 dirige el Máster en Reportalismo de Televisión en la misma universidad. Ha publicado una decena de libros y numerosos artículos sobre reportalismo e informativos audiovisuales, y cuenta con una larga trayectoria en TV y radio como creador de formatos, director, guionista y reportero tanto de programas informativos como de infoentretenimiento. Ha sido vicerrector y vicedecano de la URJC y directivo de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión (AcademiaTV).



## Novos discursos na publicidade de cerveja na Espanha: estudo semiótico

### *New speeches in beer advertising in Spain: semiotic study*

#### **Dra. Patricia Margarida Farias Coelho**

Universidade Santo Amaro | Rua Isabel Schmidt, 349, Santo Amaro, São Paulo/SP, Brasil, 04743-030 | Universidade Metodista de São Paulo, |R. Alfeu Taváres, 149, Rudge Ramos, São Bernardo do Campo/SP, Brasil | 09641-000  
<https://orcid.org/0000-0002-1662-1173> | [patriciafariascoelho@gmail.com](mailto:patriciafariascoelho@gmail.com)

#### **Dra. Irene García Medina**

Glasgow Caledonian University | Cowcaddens Rd. Glasgow, G4 0BA, United Kingdom  
<https://orcid.org/0000-0003-4424-3357> | [Irene.Garcia2@gcu.ac.uk](mailto:Irene.Garcia2@gcu.ac.uk)

#### **Dra. Alzira Lobo de Arruda Campos**

Universidade Santo Amaro | Rua Isabel Schmidt, 349, Santo Amaro, São Paulo/SP, Brasil, 04743-030 | <https://orcid.org/0000-0001-7264-9368> |

**Fechas | Recepción: 07/06/2021 | Aceptación: 07/12/2021**

#### **Resumo**

O artigo propõe um estudo da publicidade audiovisual da cerveja espanhola La Brava, lançada em dezembro de 2015. A importância desse anúncio se deve ao fato de ele romper com as estruturas publicitárias costumeiras para as publicidades de cerveja na Espanha. Temos, nesta pesquisa, o objetivo de: (i) explicitar os aspectos culturais encontrados e transpostos para a publicidade, a qual revelam a visão de mundo e os valores históricos e sociais do país a partir do estudo do plano do conteúdo, níveis narrativo, discursivo e fundamental; e (ii) analisar as categorias cromáticas, eidéticas e topológicas para verificar como o anúncio cria um efeito de sentido. Como arcabouço teórico nos apoiamos na semiótica discursiva, principalmente nas pesquisas de Greimas e Courtés (2008), Floch (1985, 1995<sup>a</sup>, 1995<sup>b</sup>),

#### **Abstract**

*The article proposes a study of the audiovisual publicity campaign of the Spanish beer "La Brava", launched in December 2015. The importance of this advertising is due to the fact that it breaks with the normal advertising structures for beer advertising in Spain. In this research, we want to achieve the following objectives: (i) to explain the cultural aspects found and transposed for the advertising, which reveals the world view and the country's historical and social values from the study of the content plan, the narrative, discursive and fundamental levels; and (ii) to analyze the chromatic, eidetic and topological categories and to identify how the ad creates a sense of effect. As a theoretical framework, we rely on discursive semiotics, mainly in the researches of Greimas and Courtés (2008), Floch (1985, 1995<sup>a</sup>, 1995<sup>b</sup>), Oliveira (2004) and Oliveira &*

Oliveira (2004) e Oliveira & Teixeira (2009) para compreendermos os efeitos de sentido construídos e produzidos no texto-enunciado e (re)passados ao leitor-enunciatário-destinatário. A metodologia utilizada neste artigo é a descritiva, e o método empregado é o hipotético-dedutivo. Os resultados pretendem demonstrar que os elementos verbais, sonoros e visuais tornam a propaganda significativa para o seu leitor/receptor (enunciatário/ destinatário), que é influenciando a comprar e a consumir a cerveja.

**Palavras-chave:** campanha publicitária, semiótica discursiva, cerveja, discurso publicitário, tendência.

*Teixeira (2009) to understand the effects of meaning constructed and produced in the text-enunciated and (re)transmitted to the reader-enunciate-recipient. The methodology used in this article is the descriptive one, and the method used is the hypothetical-deductive. The results intend to show that the verbal, audible and visual elements make advertising meaningful to its reader/receiver (enunciate/recipient), who is influenced to purchase and consume beer.*

**Keywords:** advertising campaign, discursive semiotics, beer, advertising speech, trend.

## 1. INTRODUÇÃO

No final de dezembro de 2015, a agência de publicidade espanhola *Vimema*, fundada por Verne Carles Valdes, criou a publicidade audiovisual para a cerveja catalã *La Brava*. A campanha explorou a área das praias da região da Catalunha, especificamente, a Costa Brava. A importância da pesquisa se deve ao fato de essa campanha romper com o estilo de publicidade de cervejas realizado na Espanha, pois, diferentemente de suas concorrentes, que enfatizam a juventude, as praias e os amores de verão, a proposta desse anúncio é o de apresentar, no decorrer da filmagem, jovens e idosos que desfrutam da beleza natural da região. Essa campanha publicitária é um exemplo de inovação criativa, pois conseguiu produzir um estilo de publicidade que rompe com as características e o modo de se fazer e de criar anúncios de cerveja na Espanha. A primeira inovação apresentada diz respeito ao lançamento, que se deu através de um spot<sup>1</sup> disponibilizado no canal do *Youtube*.

Más de medio millón de personas han conocido la marca de cerveza La Brava gracias a un spot de presentación, que, en menos de tres días, se convirtió en uno de los vídeos más vistos y compartidos en la red durante la semana pasada. Uno de los días fue el vídeo más visto en YouTube España y llegó a alcanzar picos de más de 10.000 visualizaciones por hora. Desembarco triunfal en internet de una nueva marca de cerveza: La Brava. El impacto del vídeo de La Brava también se ha hecho notar en la prensa. Medios de comunicación generalistas se han hecho eco de esta campaña (obra de la agencia Vimema) se verá completada con el estreno de las versiones del vídeo en catalán y subtitulada en inglés, y el inicio de una campaña radiofónica en Cataluña. Esta cerveza está inspirada en la Costa Brava y fue creada por un grupo de amigos que montaron esta iniciativa empresarial, que ya aglutina a más de medio centenar de pequeños accionistas y colaboradores: “Todos procedemos de sectores muy diferentes, lo que por otra parte nos proporciona una frescura que no tienen otras empresas”, avanzó su director de marketing y socio fundador Jaume Pagès, en una nota de prensa.

<sup>1</sup> Spot publicitário, ou chamada publicitária, funciona como uma ponte entre anunciante e ouvinte, intercalando-se entre promoções. [http://www.knstudio.com.br/topicos\\_spots\\_publicitarios.php](http://www.knstudio.com.br/topicos_spots_publicitarios.php).

“Nuestro primer objetivo pasa por posicionar la marca en la provincia de Gerona, pero nuestra intención no es quedarnos aquí, sino llevar nuestras recetas allá donde las quieran”, añade su director ejecutivo Sergi Carmona antes de incidir en la modestia de un proyecto “iniciado con recursos particulares, desarrollado a través del micromecenazgo”, y que posiblemente en los próximos meses iniciará una segunda ronda de entrada de accionistas con el fin de seguir desarrollando el plan de negocio de una manera orgánica y fluida. Su fabricación sigue el método tradicional en una planta checa con una receta adaptada al gusto y con ingredientes españoles. Su plan de negocio incluye la creación de una planta propia en Gerona en los próximos cinco años<sup>2</sup>.

Dessa forma, durante um minuto e quarenta e quatro segundos, somos convocados visualmente a passear pelas paisagens e a conhecer os valores propagados pela cerveja *La Brava*, seduzidos pela beleza da região da Costa Brava, na Espanha. Assim, o *corpus* selecionado para este estudo é o anúncio da cerveja *La Brava*<sup>3</sup>.

A escolha do *corpus* se deve à inovação no *modo de pensar e de criar publicidade* de cerveja, que rompe e quebra o estereótipo de criar propaganda de cerveja na Espanha. Em geral, esse tipo de publicidade de cerveja apresenta de maneira expressiva a forma como os publicitários espanhóis utilizam a imagem – dos jovens, da praia e dos amores de verão – como um objeto para levar o consumidor a *fazer-fazer* comprar e consumir a cerveja.

O presente artigo realiza uma análise semiótica, do plano da expressão e do plano do conteúdo, sobre a publicidade da cerveja espanhola *La Brava*. Buscamos, a partir das análises, explicitar os valores propagados pela cerveja por meio da publicidade audiovisual e, desse modo, compreendermos os efeitos de sentido construídos e produzidos no texto-enunciado e (re)passados ao interator<sup>4</sup> – enunciatário-destinatário.

---

<sup>2</sup> Tradução dos autores: "Mais de meio milhão de pessoas conheceram a marca de cerveja *La Brava* graças a um spot de apresentação que, em menos de três dias, tornou-se um dos vídeos mais assistidos e compartilhados na rede durante a semana passada. Foi um dos vídeos mais vistos no Youtube na Espanha e atingiu picos de mais de 10 mil visualizações por hora. Desembarcou triunfante na Internet como uma nova marca de cerveja: *La Brava*. O impacto do vídeo da *La Brava* também foi observado na imprensa. As mídias em geral têm ecoado esta campanha (criada pela agência Vimema) que será concluída com a estreia das versões de vídeo em catalão e legendas em Inglês, e o início de uma campanha de rádio na Catalunha. Essa cerveja é inspirada na região da Costa Brava e foi criada por um grupo de amigos com iniciativa empresarial, que reuniu mais de cinquenta pequenos acionistas e empregados: "Todos nós viemos de diferentes setores, o que por outro lado é o que nos fornece um frescor que não existe em outras empresas ", afirmou o diretor de marketing e sócio fundador Jaume Pagès, em um comunicado feito à imprensa. "Nosso primeiro objetivo envolve o posicionamento da marca na província de Gerona, porém a nossa intenção não é ficar aqui, mas levar nossas receitas para onde quer que as queiram", acrescenta o diretor executivo Sergi Carmona, antes de colidir com a modéstia de um projeto "iniciado com recursos específicos, desenvolvidos através de *crowdfunding*", e que possivelmente nos próximos meses começará uma segunda entrada de acionistas, com o objetivo de continuar a desenvolver o plano de negócios de uma maneira orgânica e fluida. A sua produção segue o método tradicional em uma planta com uma receita tcheca, adaptada ao gosto e com ingredientes espanhóis. Seu plano de negócios inclui a criação de uma fábrica própria em Gerona nos próximos cinco anos" (Informações publicadas no dia 21 dez. 2015. Recuperado de <https://bit.ly/3p9ycvW>).

<sup>3</sup> Recuperado de <https://bit.ly/3e3pSHQ>.

<sup>4</sup> Janet Murray, em sua obra *Hamlet no Holodeck*, propõe que o elemento transformador de um espectador comum em um interator é a capacidade de agência, entendida como a habilidade de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas. Segundo a autora, "espera-se

Temos dois objetivos, bem claros e definidos neste estudo, a saber: (i) verificar como os aspectos culturais são transportados para a publicidade, e revelam, assim, a visão de mundo e os valores históricos e sociais da Espanha, a partir da análise do plano do conteúdo, níveis narrativo, discursivo e fundamental; e (ii) depreender quais são os efeitos de sentido criados na publicidade através das categorias cromáticas, eidéticas e topológicas.

## 2. MARCO TEÓRICO

Como arcabouço teórico nos ancoramos nos estudos de Greimas e Courtés (2008) para o estudo do plano do conteúdo, e nas pesquisas de Floch (1985, 1995a, 1995b), Oliveira (2004) e Oliveira & Teixeira (2009) sobre o plano da expressão. Portanto, a partir desses pesquisadores, buscamos compreender de que forma se estabelece a criação publicitária nessa campanha, bem como verificar a eficácia desses efeitos de sentido na propaganda em estudo.

Além desses autores, como base conceitual é necessário indicar que a semiótica é uma das disciplinas que tradicionalmente tratam do estudo dos significados das marcas, lidando com uma área de conhecimento que tradicionalmente tem sido ligada ao campo da comunicação e publicidade. Assim, os semióticos estão preocupados em analisar a natureza do significado, bem como o processo pelo qual a realidade das palavras, gestos, mitos e produtos adquirem significado (Mick, 1986). Neste sentido, obras como as de Péninou (1976) ou, mais recentemente, as de Sanz-Marcos e Sánchez-Gey (2020) e Jiménez-Marín *et al.* (2021) demonstram a ligação entre esta disciplina e a publicidade.

Neste estudo, nos basearemos em modelos semióticos que consideram o poder da atividade publicitária como um criador de significados. De fato, nosso trabalho é enquadrado em torno daqueles modelos de marca que tratam da gestão de significados na medida em que consideram os aspectos intangíveis que se manifestam através da marca. Quanto aos tipos de modelos semióticos aplicados à gestão dos significados das marcas, destacamos Semprini (1995) cujos postulados oferecem um avanço para a importância da semiologia na comunicação das marcas.

Abordar a marca através do prisma dos significados é abordar a disciplina do consumo simbólico. O progresso na psicologia motivacional teve um impacto importante nos estudos publicitários porque, entre outras coisas, explica as razões do comportamento do consumidor, analisando e medindo motivações, atitudes e hábitos e estipulando que qualquer um deles pode ser decisivo na compra ou rejeição de um produto (Soler, 1991). Com base nestas perspectivas, as concepções em torno do conceito de autoconceito se tornam importantes (James, 1890) que reconhece que os bens materiais são parte do autoconceito do indivíduo.

Sob esta visão, Dichter (1963) e Martineau (1957) lançaram seus respectivos estudos sobre o consumo simbólico. Para estes autores, tudo o que consumimos tem um valor importante que vai além do mero caráter utilitário.

Estes avanços são reconhecidos pelos autores da literatura comunicativa, que, ao mesmo tempo, examinam a importância do consumo simbólico para o indivíduo. Neste contexto, os

---

sentir a agência no computador quando se dá um duplo clique sobre um arquivo que se abre diante de nós, ou quando se insere números em uma planilha eletrônica e se observa os totais serem reajustados" (Murray, 2001, p. 127).

pesquisadores Gardner e Levy (1955) apostaram na introdução da gestão de significados através de uma reconhecida base motivacional. Da mesma forma, seguindo Caro (2009), a marca não é apenas um nome, mas um 'símbolo complexo'.

### 3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo será a descritiva, como prevê a tradição semiótica (Gil, 2002). O método empregado é o hipotético-dedutivo que nos permite, a partir de pressupostos teóricos e hipóteses verificáveis, estabelecer novos parâmetros teóricos. A hipótese que sustenta este artigo é a de que os elementos verbais, sonoros e visuais tornam a propaganda significativa para o seu leitor/receptor (enunciatário/destinatário), influenciando-o a comprar e a consumir a cerveja.

Dessa maneira, evidenciamos que a proposta deste artigo é apresentar um estudo semiótico que possibilite aos interessados pelo tema compreender *como* os aspectos culturais e comunicacionais se materializam nos anúncios e reafirmam os valores de um país.

### 4. SUCINTAS CONSIDERAÇÕES SOBRE O PLANO DA EXPRESSÃO E O PLANO DO CONTEÚDO

O plano do conteúdo caracteriza-se como o estudo do percurso gerativo de sentido. Beividas (2006, p. 48) explica-o como “um percurso conceptual que parte de estruturas simples, em profundidade, em direção a estruturas complexas, quanto mais se aproxima da superfície da manifestação concreta”. De maneira resumida explicaremos cada um dos níveis, que são analisados no percurso gerativo de sentido, a seguir.

No nível fundamental, analisa-se a oposição de sentido com a qual o texto-anúncio se constrói. No nível narrativo, um sujeito parte em busca de um objeto de valor alterando assim o seu estado inicial, e, no nível discursivo, verificam-se os temas, as figuras, a categoria de pessoa, tempo e espaço (Barros, 2002).

Para explicarmos o *plano da expressão*, utilizamos as palavras de Greimas e Courtés (2008, p. 197), que o definem como:

[...] o significante saussuriano considerado na totalidade de suas articulações, como um verso de uma folha de papel cujo o anverso seria o significado, e não no sentido de 'imagem acústica' como uma leitura superficial de Saussure permite a alguns interpretá-lo. O plano da expressão está em relação de pressuposição recíproca com o plano do conteúdo, e a reunião deles no momento do ato da linguagem corresponde à semiose.

Para Floch, citado por Tenuta (2005, p. 4-5):

O plano da expressão é o plano onde as qualidades sensíveis que uma linguagem possui para se manifestar são selecionadas e articuladas entre si por variações diferenciais. O plano do conteúdo é o plano onde a significação nasce das variações diferenciais graças às quais cada cultura, para pensar o mundo, ordena e encadeia ideias e discurso.

E Oliveira (2004, p. 122) explica-o como:

uma configuração repousa sobre a organização sintática e semântica e é, portanto, um estudo tanto do enunciado (que possibilita a caracterização da relação-função das qualidades plásticas, dos actantes), quanto da enunciação (que explicita a intencionalidade do arranjo discursivo através do conjunto de marcas deixadas na

manifestação textual da organização a fim de direcionar o olhar do observador, conduzindo-o a reconstituí-la pelo modo como ela se mostra, ou seja, pelo regime de visualidade.

A partir dessas três definições sobre o *plano da expressão*, que complementam e que possibilitam ao leitor observar suas especificidades, mas que principalmente não apresentam um único ponto de vista, serão apontadas as características e marcas na enunciação contidas na propaganda em estudo.

Para a semiótica discursiva, um objeto sincrético é aquele que apresenta mais de dois tipos de linguagem, como o caso do nosso *corpus*, que é a propaganda de cerveja. Oliveira & Teixeira (2009, p. 82) afirmam que:

Os usos de sistemas em um objeto sincrético estabelecem, pois, novas correlações intersistêmicas. Cada sistema, para atuar em correlação presencial, sofre coerções de um sobre o outro, além das coerções que possibilitam o atuar interacional. As qualidades, as intensidades de cada traço, têm um agir com outras gradações na formação composicional que vamos considerar como novo arranjo que advém das orientações resultantes da interação sincretizante. Sem montar uma interlocução com esses usos integrantes de sistemas heterogêneos, o tratamento dos objetos sincréticos está condenado à esterilidade.

Verifica-se que os objetos sincréticos não somam ou apagam uma linguagem em função de outra. O que ocorre é um todo de significação, ou seja, um único conteúdo manifestado por distintas substâncias da expressão. Greimas e Courtés (2008, p. 467), em seu Dicionário de Semiótica, explicam que o sincretismo pode ser considerado como

1. o procedimento (ou seu resultado) que consiste em estabelecer, por suposição, uma relação entre dois (ou vários) termos ou categorias heterogêneas, cobrindo-os com o auxílio de uma grandeza\* semiótica (ou linguística) que os reúne. Assim, quando o sujeito de um enunciado de fazer\* é o mesmo que o do enunciado de estado\* (é o que se dá com o programa\* narrativo de aquisição\* por oposição à atribuição\*, em que dois sujeitos correspondem a dois atores\* distintos), o papel actancial que os reúne é o resultado de um sincretismo. Na frase “Eva dá uma maçã a Adão”, o sujeito frasal “Eva” representa o sincretismo dos actantes\* sujeito e destinador. O sincretismo assim conseguido acha-se ligado à utilização de uma unidade linguística (sujeito frasal) que pertence a um nível de geração\* mais superficial que os dos actantes: trata-se, pois, de um **sincretismo a posteriori**. Ao contrário, quando se define, por exemplo, a instância da enunciação como o lugar de uma indistinção original do “eu-aqui-agora”, a enunciação deve ser considerada como um **sincretismo a priori**. 2. Num sentido mais amplo, serão consideradas como **sincréticas** as semióticas\* que – como a ópera ou o cinema – acionam várias linguagens de manifestação; da mesma forma, a comunicação verbal não é somente de um tipo linguístico: inclui igualmente elementos paralinguísticos\* (como a gestualidade ou a proxêmica), sociolinguísticos, etc.

Na publicidade em questão, verifica-se uma relação de neutralização, e portanto, observa-se que o sincretismo não pode ser entendido como uma construção aleatória, pois, como pontua Gomes (2009, p. 216), “ao escolher conjugar as diversas linguagens, o sujeito da enunciação

captura, de forma mais totalizadora, a adesão do enunciatário, tornando-lhe mais difícil escapar à manipulação”.

## 5. UM ESTUDO SEMIÓTICO DO ANÚNCIO DA CERVEJA ESPANHOLA *LA BRAVA*

Para compor o *corpus*, escolhemos um anúncio que representa significativamente o rompimento do estilo de se pensar-fazer propaganda de cerveja na Espanha. Dessa forma, a opção pela publicidade espanhola *La Brava* deve-se ao fato de ela buscar elucidar *visualmente* os valores da região da Catalunha. O anúncio que compõe o *corpus* deste trabalho encontra-se disponível na rede (internet)<sup>5</sup>.

### 5.1. O plano do conteúdo na semiótica discursiva

Analisaremos de forma sucinta as relações narrativas, discursivas e fundamentais, com ênfase para os temas e as figuras encontradas no estudo do plano do conteúdo. Para tal, faremos uma reflexão pretendendo desvelar de que forma os temas e as figuras se concretizam na narrativa visual e verbal para manipular o destinatário a *fazer-fazer*, comprar e consumir a cerveja apresentada no anúncio em estudo.

Como um recurso metodológico, selecionamos para análise algumas cenas da propaganda, que não representam o todo do anúncio, mas um recorte que permite a compreensão do sentido global da campanha.

### 5.2. Nível narrativo

Barros (2002, p. 87) nos explica que as estruturas narrativas “representam-se ou estimulam-se, como em um espetáculo, o fazer do homem que transforma o mundo, suas relações com os outros homens, seus valores, aspirações e paixões”. Dessa forma, verificamos que na publicidade *La Brava* há diferentes protagonistas, quase todos de meia idade que desfrutam das belezas da região da Costa Brava, como podemos observar nas cenas a seguir:



<sup>5</sup> La Costa Brava - YouTube - [https://www.youtube.com/watch?v=JE\\_9LyxsBws](https://www.youtube.com/watch?v=JE_9LyxsBws).

**Figura 1. Cena inicial da propaganda da cerveja *La Brava***

Fonte: [http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321\\_669642.html](http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321_669642.html)<sup>6</sup>. Acessado em 19 mar. 2021.



**Figura 2. Cena intermediária da propaganda da cerveja *La Brava***

Fonte: [http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321\\_669642.html](http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321_669642.html). Acessado em 19 mar. 2021.



**Figura 3. Cena intermediária da propaganda da cerveja *La Brava***

Fonte: [http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321\\_669642.html](http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321_669642.html). Acessado em 19 mar. 2021.

<sup>6</sup> Ressaltamos que as imagens foram congeladas para facilitar a leitura e a compreensão do leitor, uma vez que não é possível apresentar o anúncio na íntegra, pois ele é composto de linguagem híbrida verbo-visual-sonora. Assim, destacamos que este é um recurso metodológico utilizado pelos autores para realizar a análise.



**Figura 4. Cena final da propaganda da cerveja *La Brava***

Fonte: [http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321\\_669642.html](http://verne.elpais.com/verne/2015/12/16/articulo/1450276321_669642.html). Acessado em 19 mar. 2021.

Barros (2002) explica que o sujeito da enunciação tanto pode atribuir ao narrador a voz para narrar o discurso em seu lugar, ou ele mesmo narra a história sem que dela participe. Em nosso anúncio, temos um narrador que não participa da narrativa, mas relata os acontecimentos utilizando as imagens dos protagonistas. Dessa forma, os participantes da propaganda, ou seja, os atores, concretizam-se neste anúncio como os sujeitos da narrativa em que a cerveja aparece como o objeto de valor.

Nas cenas iniciais, as paisagens e os personagens materializam o programa narrativo auxiliar, que instalam as modalidades atualizantes (*saber-fazer; poder-fazer*) e prendem a atenção do interator. A partir dessa estratégia visual, instaura-se no anúncio o programa narrativo principal, com as modalidades virtualizantes (*dever-fazer; querer-fazer*), que leva o interator a conhecer, comprar e a consumir a cerveja.

No enunciado de estado inicial, primeiras cenas, os protagonistas ( $S_1$ ) estavam em conjunção ( $\cap$ ) com o objeto de valor, a cerveja *La Brava* ( $Ov_1$ ), e os espectadores, nesse caso, são uma unidade pressuposta ao enunciado, isto é, eles possuem um papel actancial de enunciatário do texto, aqui nesse caso, a propaganda. O anúncio apresenta uma narrativa que busca fazer o interator crer nos valores da cerveja *La Brava*. Dessa maneira, a escolha da região da Costa Brava foi proposital, pois o próprio nome e beleza do local reiteram o valor semântico e narrativo que a cerveja pretende mostrar e vender.

Na semântica do nível narrativo, o enunciador-destinador doa valores modais *fazer-fazer* ao enunciatário-destinatário, para que ele compre e consuma a cerveja *La Brava*. O enunciador-destinador, agência Vimema, manipula o destinatário-consumidor-interator por *tentação*, oferecendo a ele a mensagem de que não pode e não deve ficar sem a cerveja *La Brava*. Assim, através de uma estratégia visual, o enunciador-destinador direciona o enunciatário-destinatário a um *fazer-querer*, ou seja, leva-o a crer na verdade do contrato que está sendo oferecido a ele, e dessa maneira o convence a comprar e a consumir a cerveja *La Brava*.

O consumidor-interator-destinatário mantém com os atores da publicidade uma relação intersubjetiva, pois eles se encaram, ou seja, ao mesmo tempo em que os atores nos olham, nós os olhamos. Essa troca de olhares seduz o interator que estabelece uma comunicação

visual com a publicidade para que, desse modo, conheça e assimile os valores propagados pelo anúncio.

### 5.3. Nível discursivo

De acordo com Barros (2002, p. 53), “as estruturas narrativas convertem-se em estruturas discursivas quando assumidas pelo sujeito da enunciação<sup>7</sup>. O sujeito da enunciação faz uma série de ‘escolhas’, de pessoas, de tempo, de espaço, de figuras, e ‘conta’ ou passa a narrativa, transformando-a em discurso”. Bertrand (2003, p. 84) explica ainda que, no nível discursivo:

o enunciatário não é apenas o destinatário da comunicação, mas também sujeito produtor do discurso, por ser a ‘leitura’ um ato de linguagem (ato de significar) da mesma maneira que a produção de discurso propriamente dita. O termo ‘sujeito da enunciação’, empregado frequentemente como sinônimo de enunciador, cobre de fato as duas posições actanciais de enunciador e enunciatário.

Dessa forma, na publicidade *La Brava*, o sujeito da enunciação, agência Vimema, faz um série de escolhas para criar um efeito de sentido de realidade para o interator. Em nosso estudo, destacamos a presença de “enunciação reportada que cria diferentes efeitos de sentido, como objetividade, subjetividade ou realidade [...]”. Em nosso *corpus*, verificamos uma alternância entre o efeito de sentido de proximidade e de afastamento.

A partir do uso de um narrador onipresente, que se manifesta com uma voz masculina, temos um efeito de distanciamento (objetividade) intercalado com as cenas dos protagonistas, que nos olham diretamente e que criam, assim, um efeito de aproximação (subjetividade). Logo, os interatores escutam um narrador masculino e veem as imagens exibidas no anúncio, criando, desse modo, um jogo de aproximação e afastamento durante toda a exibição do anúncio.

Na semântica do nível discursivo, ressaltamos que o anúncio é temático-figurativo, pois encontramos em todas as cenas tanto uma coerência semântica quanto uma redundância de traços, a saber: as figuras – mar, montanhas, sol etc. – que nos convocam sinesteticamente a conhecer as belezas da região da Costa Brava. O percurso temático que se estabelece a partir dos temas – amizade, liberdade e amor –, é também concretizado pelas paisagens da região da Espanha (Costa Brava). Assim sendo, os temas se reiteram nas figuras, materializando efeitos de sentido de exclusividade e unicidade, típicos da região e da cerveja *La Brava*.

Na propaganda, a espacialidade é explorada de forma ampla, apresentando distintos lugares da Costa Brava, desde casas brancas no estilo mediterrâneo, mar azul, montanhas, pescadores, dentre outros, em um tempo marcado pelo presente: o agora. Todas as cenas se dão no agora, que se apresenta como se fosse o decorrer de um dia, permitindo ao interator visualizar a região desde o nascer do sol até o seu entardecer.

### 5.4. Nível fundamental

Nas estruturas fundamentais, encontra-se a oposição mínima de sentido a partir da qual o anúncio se constrói (Coelho, 2014). No nível das estruturas fundamentais, identificamos a oposição natural vs. artificial, revelada textualmente por meio das imagens, ou seja, da exclusividade e unicidade das belezas da região da Costa Brava – vista como euforia – e

---

<sup>7</sup> Entendemos que o sujeito da enunciação constrói um objeto para ser a casa de seus valores: o texto (Barros, 2002).

relacionada aos valores que a cerveja *La Brava* busca propagar vs. as outras cervejas artificiais – disforia –, pois estas não possuem a unicidade e a exclusividade do sabor de sua concorrente.

Verificamos neste estudo do plano do conteúdo, a saber: (i) a publicidade evidencia a unicidade e exclusividade das belezas da região da Catalunha; (ii) o anúncio criou uma estratégia visual que intercala efeitos de ilusão de aproximação e distanciamento; (iii) a oposição de sentido na qual a campanha se constrói é natural e artificial; (iv) as figuras do mar, das montanhas, do sol etc. concretizam sinestesticamente os valores da região da Costa Brava. Assim sendo, os temas se reiteram nas figuras, evidenciando os valores propagados por essa campanha. Dessa forma, a partir da análise semiótica, do plano do conteúdo, podemos evidenciar a potencialidade dessa teoria da significação e sua aplicação como um recurso teórico-metodológico para o estudo de publicidade audiovisual.

### 5.5. O plano da expressão

Floch (1985) sugere o estudo do plano da expressão a partir das categorias eidéticas, cromáticas e topológicas. Dessa forma, nos apoiaremos nesse autor para analisarmos, a seguir, as cenas selecionadas para este artigo.



Figura 1 e Figura 2





Figura 3 e Figura 4

A respeito das cores, verificamos que a cor azul, ou melhor, os tons azulados, aparecem em todas as cenas, sempre em segundo plano, e o emblema da cerveja aparece no primeiro plano no momento em que a garrafa da cerveja é retirada do balde. O azul da marca é o azul mais forte e intenso que aparece no anúncio. Dessa forma, embora o azul tenha sido utilizado em tons e maneiras distintas, essa é a cor de maior predominância na sequência das cenas.

No nível topológico, averiguamos que há um cruzamento visual entre os textos verbais *Welcome to la Costa Brava* e o rótulo da cerveja *La Brava*, que aparecem na horizontal, em oposição às imagens dos protagonistas e da garrafa de cerveja, que estão na vertical. Portanto, visualmente, o anúncio é recoberto por imagens e por textos verbais da cerveja *La Brava/Costa Brava* que se cruzam entre si e preenchem, assim, as cenas da propaganda espanhola.

Na categoria eidética, destacamos a oposição entre as formas dos elementos que compõem o plano da expressão. Observamos que grande parte do anúncio apresenta elementos com formas arredondadas. Depreendemos que o formato arredondado evidencia uma interpretação de prazer, de suavidade, e isso pode ser observado nas obras de artesanato, no sol, nos rostos dos protagonistas, nas folhas, dentre outros.

Ao estudarmos o plano da expressão, a partir dos tópicos cromático, topológico e eidético, chegamos a algumas colocações: (i) no tópico cromático, destaca-se o uso da cor azul e suas variáveis, como uma estratégia de evidenciar e atribuir os valores da região da Costa Brava à cerveja, fazendo uma relação a partir de seu rótulo; (ii) no tópico topológico, observamos o cruzamento entre as linhas horizontais (verbais) vs. as linhas verticais (cenas visuais) que se completam e produzem um único efeito de sentido; (iii) no tópico eidético, destacamos o uso das formas arredondadas para produzir uma sensação de docilidade e suavidade.

Dessa forma, ao compararmos *Conteúdo vs. Expressão*, constatamos que o conteúdo de unicidade da cerveja *La Brava* está homologado plasticamente às imagens da região da Costa Brava e, principalmente, à garrafa da cerveja em questão, ofuscando a publicidade das cervejas concorrentes pelo efeito de sentido criado de exclusividade da cerveja.

Estamos longe de esgotarmos o estudo sobre a temática das campanhas de cerveja na Espanha, as quais poderiam render isoladas, ou em estudos comparativos, distintos resultados. No entanto, estamos atentos às transformações e inovações na forma de pensar e criar publicidade, seja na Espanha ou em quaisquer outros países que nos permitam compreender como cada campanha cria um efeito de sentido que retrata o valor de uma nação.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apoiou-se no arcabouço teórico da semiótica discursiva para analisar o plano do conteúdo (níveis narrativo, discursivo e fundamental) e o plano da expressão (categorias topológicas, cromáticas e eidéticas) e verificar, assim, quais foram os efeitos de sentido encontrados no anúncio em estudo. O *corpus* desta pesquisa foi o anúncio audiovisual da cerveja espanhola *La Brava*, lançada em dezembro de 2015, a partir de um *spot* disponibilizado no Youtube.

No estudo do percurso gerativo de sentido, verificamos que no nível das estruturas fundamentais há uma oposição de sentido entre natural vs. Artificial, que desencadearam os programas narrativos auxiliares e principal – como visto em nossa análise. Já no nível discursivo, destacamos a alternância entre os efeitos de sentido, objetividade (afastamento) e subjetividade (aproximação). Temos no anúncio um narrador onipresente que não participa da história, mas que conta os fatos em um tempo atual, o agora e, em um espaço que se materializa na região da Catalunha, na Espanha.

Por meio do estudo do percurso gerativo de sentido, alcançamos nosso primeiro objetivo, pois foi possível compreender que valores culturais e antropológicos da região da Costa Brava foram transportados para a publicidade a partir das figuras e da materialização da garrafa da cerveja *La Brava*, que revelaram, desse modo, a visão de mundo e os valores históricos e sociais, de exclusividade, que foram agregados ao produto.

Com o estudo do plano da expressão, verificamos que os três tipos de linguagens verbais, sonoras e visuais encontradas nos anúncios da cerveja espanhola, integraram-se, de forma a criar um único efeito de sentido que reflete, ao mesmo tempo, os valores culturais e antropológicos da região do país, e que são associados à cerveja. Desse modo, obtivemos a resposta de nosso segundo objetivo, pois depreendemos que o anúncio cria um efeito de sentido de unicidade, que difere o sabor de sua cerveja daquele de suas concorrentes.

A publicidade espanhola aposta em um prazer que aparece relacionado a momentos únicos, independentemente da juventude e da beleza, como aposta grande parte das agências que desenvolvem publicidade de cerveja na Espanha e também no Brasil, investindo, assim, em uma campanha que explora o *prazer pelo prazer* de saborear uma cerveja que é única.

A partir deste estudo, pudemos depreender de que forma a campanha da cerveja *La Brava* desenvolveu seu anúncio. Dessa maneira, depreende-se que através da observação dessa peça publicitária os valores culturais e antropológicos propagados nesta campanha transformam e inovam a forma de pensar e criar propaganda de cerveja na Espanha, uma vez que a publicidade é uma das mais fortes e verdadeiras formas de expressão de um país, revelando seus valores, sua história e sua visão de mundo. Concluímos, assim, que a intenção do anúncio em estudo foi o de melhorar e aprimorar o senso de identidade mediterrânica da cerveja com o seu público alvo, buscando a adesão dos consumidores, dada a sua boa imagem – a da boa vida das pessoas que vivem ao redor do Mediterrâneo.

## Referências

- Barros, D. L. P. (2002). *Teoria do discurso: fundamentos semióticos* (3a ed.). Humanitas, 2002.
- Bevidas, W. (2006). *Semióticas sincréticas (o cinema). Posições*. <https://bit.ly/3sdTkDg>

- Bertrand, D. (2003). *Caminhos da semiótica literária*. Tradução Grupo Casa, coordenado por Ivã Carlos Lopes. EDUSC.
- Caro, A. (2009). Una fase decisiva en la evolución de la publicidad: la transición del producto a la marca. *Pensar la Publicidad*, 3(2), 109-132.
- Coelho, P. M. F. (2014). Análise da performance do jogador no game World of Warcraft: um mundo de papéis. *Illuminazioni - Rivista di Lingua, Letteratura e Comunicazione*, 27,160-196.
- Dichter, E. (1963). *La estrategia del deseo*. Huemul.
- Fanjul, C. y González, C. (2012). El rol de los códigos verbales de la realidad en la creatividad del discurso publicitario. *Doxa Comunicación*, 14, 75-97. <https://cutt.ly/5tZCVwA>
- Floch, J. (1985). *Petites mythologie de l'oeil et de l'esprit*. Hadès-Benjamins.
- Floch, J. (1995a). *Semiotique, marketing et communication* (2ème ed.). PUF.
- Floch, J. (1995b). *Identités visuelles*. PUF.
- García, J., & Cabezuelo, F. (2016). El enfoque semiótico como método de análisis formal de la comunicación persuasiva y publicitaria. *Diología*, 10, 71-103.
- Gardner, B. y Levy, S. (1955). The Product and the Brand. *Harvard Business Review*, 33(2), 33–39.
- Gil, A. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4ª ed.). Atlas.
- Gomes, R. S. (2009). O sincretismo no jornal. In R. S. Gomes. *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. Estação das Letras e Cores.
- Greimas, A. J., & Courtés, J. (2008). *Dicionário de Semiótica*. Editora Conceito.
- James, W. (1890). *The principles of psychology*. Henry Holt.
- Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A.; Tobar-Pesántez, L. (2021). Brand management from social marketing and happiness management binomial of in the age of Industry 4.0 *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(1), 1-10.
- Martineau, P. (1957). *La motivación en publicidad*. Mc-GrawHill.
- Mick, D. (1986). Consumer Research and Semiotics: Exploring the Morphology of Signs, Symbols, and Significance. *The Journal of Consumer Research*, 13(2), 196-213.
- Murray, J. (2001). *Hamlet no Holodeck – O futuro da narrativa no ciberespaço*. Ed. Unesp.
- Oliveira, A. C. de. (2004). *Semiótica Plástica*. Hackers Editores.
- Oliveira, A. C. de., & Teixeira, L. (orgs). (2009). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos da semiótica sincrética*. Estação das Letras e Cores.
- Péninou, G. (1976). *Semiótica de la Publicidad*. Gustavo Gili.
- Sanz-Marcos, P. y Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2020). Investigar el poder simbólico de las marcas a través de sus espacios publicitarios audiovisuales. Un análisis semiótico según el modelo metodológico de Andrea Semprini. *Comunicación y Métodos*, 2 (1), 7-22.
- Soler, P. (1991). *La investigación motivacional en marketing y publicidad*. Deusto.
- Tenuta, A. R. A. (2005). Um olhar semiótico sobre as várias maneiras de desenhar um cubo. (on-line). *Estudos Semióticos*, 1. DOI.org/10.11606/issn.1980-4016.esse.2005.49155.

### Semblanza autores

**Patrícia Margarida Farias Coelho** possui graduação em Letras (1995) e em Pedagogia (2016). É Mestre em Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2007) Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (2010). Possui Pós-Doutorado: (i) Tecnologias da Inteligência e Design Digital, (ii) Comunicação Digital pela Universidade de Murcia, (iii) Comunicação Digital pela Universitat Autònoma de Barcelona, (iv) Educação e Currículo e (v) Comunicação e Consumo na Universidade de Sevilha.

**Irene García Medina** é professora de Marketing na Glasgow Caledonian University. É bacharel em Ciências da Comunicação pela Universidade Complutense de Madrid, Espanha e doutora em Marketing pela Universidade de Sophia - Antipolis, França e doutora em Relações Internacionais pela Universidade de Viena, Áustria. Lecionou Marketing e Gestão de Negócios Internacionais na Universidade da Madeira (Portugal), na Universidade de Vic (Espanha) e na Universidade Pompeu Fabra (Espanha).

**Alzira Lobo de Arruda Campos** possui graduação em História pela USP (1962), mestrado em História Social pela USP (1978), doutorado em História Social pela USP (1986) e livre-docência em Metodologia da História, pela UNESP (1998). Foi professora adjunta da UNESP. Foi professora titular da Universidade São Marcos, onde exerceu a função de Coordenação do Programa de Pós-graduação em Educação, Administração e Comunicação (nível: mestrado) e Pró-Reitora de Pós-Graduação.



## Retrato del individuo posmoderno en el cine de Yorgos Lanthimos

### *The post-modern individual in Yorgos Lanthimos' cinema*

**Mikel Peña Sarrionandia**

Universidad del País Vasco | Barrio Sarriena, s/n, 48940 Vizcaya | España |

<http://orcid.org/0000-0002-7663-7708> | [mpeña018@ikasle.ehu.eus](mailto:mpeña018@ikasle.ehu.eus)

**Fechas | Recepción: 11/09/2021 | Aceptación: 06/12/2021**

#### Resumen

En el año 2018 Yorgos Lanthimos recibió diez nominaciones a los premios Oscar gracias a su película *The Favourite*. Además de eso, el autor también se ha convertido en un habitual en el Festival de Cannes. Estos premios suponen un gran reconocimiento, y más aún cuando hablamos de un director alternativo que proviene de una Grecia sumida en la más profunda crisis económica. El presente trabajo analiza las películas de Lanthimos y reflexiona sobre el retrato que hace el autor del individuo posmoderno. Identifica los rasgos y características comunes que se repiten a lo largo de su filmografía y a partir de su análisis invita a meditar sobre el individuo y el sistema capitalista actual. Entre los resultados, se destaca que en la sociedad contemporánea posmoderna el individuo ha sufrido un fuerte proceso de alienación. La identidad propia ha sido negada y las relaciones románticas han sido convertidas en una fuente de placer inmediata y desechable. El sexo se ha convertido en una mercancía. El lenguaje ha mostrado su inutilidad a la hora de crear lazos afectivos entre personas y de dar sentido a la realidad y se ha convertido en una herramienta con la que los poderosos mantienen a sus súbditos bajo control. Como consecuencia, los individuos no consiguen conectar entre ellos y a falta de un objetivo común se encuentran aislados y solos.

#### Abstract

*In 2018, Yorgos Lanthimos' film The Favourite received 10 Oscar nominations. The director also became a regular in Cannes. These awards are a great recognition of Lanthimos' success, and are even more poignant for an alternative filmmaker who started in crisis-hit Greece. This work analyses Lanthimos' films and deliberates about the portrait the author makes of the post-modern individual. It identifies the common characteristics throughout its filmography and from those observations it invites meditation on the current capitalist system. It argues that in contemporary post-modern society individuals have suffered a strong alienating process in which subjectivity has been denied. Romantic relationships have become an immediate and disposable source of pleasure and sex has become a consumable good. Language has shown its inefficiency in creating emotional ties between people and also in its purpose of making sense of reality and it has become a tool for the powerful to keep their subjects under control. As a consequence, individuals are unable to connect with each other and in the absence of a common goal they find themselves completely isolated and alone.*

**Palabras clave:** Yorgos Lanthimos, análisis fílmico, posmodernismo, neoexistencialismo, identidad. **Keywords:** *Yorgos Lanthimos, film analysis, post-modernism, neo-existentialism, Identity.*

## 1. INTRODUCCIÓN: QUÉ ES EL CINE POSMODERNO

“Lo que se ha roto ya no puede ser pegado. Abandonen toda esperanza de unidad, tanto futura como pasada, ustedes, los que ingresan al mundo de la modernidad fluida”, escribe Zygmunt Bauman en su famoso libro *Modernidad líquida* (2003, p. 27). Según el sociólogo, la sociedad actual está rota: los valores y los principios que regían la sociedad en el pasado han desaparecido y un relativismo generalizado ha ocupado su lugar. Nos encontramos ante lo que Bauman denomina sociedad *líquida*, pero que muchos otros autores han denominado posmoderna:

La posmodernidad es un estilo de pensamiento que desconfía de las nociones clásicas de verdad, razón, identidad y objetividad, de la idea de progreso universal o de emancipación, de las estructuras aisladas, de los grandes relatos o de los sistemas definitivos de explicación. Contra esas normas iluministas, considera el mundo como contingente, inexplicado, diverso, inestable, indeterminado, un conjunto de culturas desunidas o de interpretaciones que engendra un grado de escepticismo sobre la objetividad de la verdad, la historia y las normas, lo dado de las naturalezas y la coherencia de las identidades. (Eagleton, 1997, p. 11)

Al tiempo que la sociedad ha cambiado, el cine también ha evolucionado junto a ella. Así, en los últimos años ha surgido una corriente en la que varios autores de diferentes nacionalidades reflexionan sobre la condición humana y el sentido de la existencia, en lo que Gérard Imbert en su libro *Crisis de valores en el cine posmoderno* denomina cine neoexistencialista (Imbert, 2019).

Ahora bien, ¿En qué se diferencia el cine posmoderno neoexistencialista del cine clásico? Para empezar, en el cine clásico la narración era una construcción coherente. Los recursos técnicos siempre estaban al servicio de la narración y los autores intentaban contar la historia de la forma más clara y entendible posible. Los personajes tenían valores bien definidos e iban superando obstáculos hasta llegar a una conclusión lógica final (Bordwell, 1996). Pero, como hemos dicho antes, la sociedad está cambiando y los valores absolutos y las certezas están desapareciendo; la línea entre el bien y el mal se está volviendo difusa. En consecuencia, el cine posmoderno rompe con el pensamiento binario del cine clásico y abraza la complejidad del ser humano. Dejando atrás las certezas, se embarca en un ejercicio de exploración y reflexión.

No solo aparecen nuevos temas en el cine posmoderno, sino que además hay un cambio radical en la forma de representación que adquieren dichos temas. La causalidad y la continuidad pierden importancia y aparecen relatos que inquietan y cuestionan. La observación se vuelve esencial y, en consecuencia, muchas películas se asemejan al cine documental. Así describe Horacio Muñoz la narrativa del cine posmoderno en su tesis *Posnarrativo: el cine más allá de la narración*:

El cine posnarrativo [...] nos descubre que más allá de las historias existen espacios de sentido, de visualidad, de temporalidad y de gestualidad que solo aparecen en la imagen cuando el cine se libera de las constricciones narrativas, primando el espacio, el tiempo y el cuerpo. El cine más allá de la narración nos muestra realidades, sensaciones y emociones que están más allá de lo textual y lo conceptual; un cine donde la verdad, la emoción y la profundidad están en la imagen y no en la narrativa. (Muñoz, 2015, p. 14)

Sería difícil, si no imposible, definir y clasificar todas las características del cine posmoderno, ya que estas pueden variar de un autor a otro. El objetivo de este trabajo es analizar el cine del autor griego Yorgos Lanthimos, con la intención de exponer la representación que el autor hace del individuo posmoderno. Para ello, se analizarán en profundidad las películas del director y se identificarán las principales características con las que dibuja las sociedades y los personajes en su cine. A partir de ese análisis, se expondrá una serie de elementos que caracterizan al individuo contemporáneo.

La metodología utilizada para analizar las películas del director se basará en el análisis fílmico textual. Además, se utilizarán textos de disciplinas como la filosofía o la sociología para enriquecer y completar esta investigación de naturaleza cualitativa.

Lanthimos es un director que experimenta con generar reacciones en el espectador. En sus películas ha creado una extensa red de metáforas y ha planteado reflexiones sobre la forma en la que nos relacionamos en la sociedad contemporánea. Se trata de un director relativamente joven cuya fama ha ido en aumento en los últimos años. Consiguió el prestigioso premio *Un Certain Regard* en Cannes en 2009 y a partir de ahí su popularidad ha ido creciendo rápidamente hasta el punto de que su última película, *The Favourite* (Lanthimos, 2018), recibió diez nominaciones a los premios Oscar. Estos premios suponen un gran reconocimiento, que se pronuncia aún más cuando hablamos de un director alternativo que proviene de una Grecia sumida en la más profunda crisis económica. El éxito de Lanthimos ha sido repentino, y aún no hay muchas investigaciones académicas que estudien su forma de hacer cine. Se hace mención a su obra en algunos trabajos que estudian la Nueva Extraña Ola Griega<sup>1</sup>, pero actualmente tan solo hay un libro publicado que se centre en la obra del director, el escrito *Anestesia di solitudini: Il cinema di Yorgos Lanthimos* de Roberto Lasagna y Benedetta Pallavidino (Lasagna y Pallavidino, 2019). Aparte de ese libro, los estudios académicos que traten el cine del director en profundidad son escasos, por lo que subrayamos la importancia de realizar esta investigación.

El primer elemento que analizaremos será la negación de la identidad, donde observaremos cómo en el cine de Yorgos Lanthimos tanto el sujeto posmoderno como los espacios en los que habita han sido privados de su identidad. En el siguiente apartado hablaremos sobre los dos principales tipos de relaciones amorosas que se pueden encontrar en la sociedad actual: el amor romántico y el amor líquido. Después observaremos cómo el lenguaje ha fracasado en su función de conectar a los seres humanos y dar sentido al mundo, y a continuación examinaremos el aislamiento entre individuos que ha acarreado dicho fracaso. Para terminar, plantearemos un apartado de conclusiones donde resumiremos lo analizado en el trabajo.

---

<sup>1</sup> Como, por ejemplo, *The Queer Greek Weird Wave: Ethics, Politics and the Crisis of Meaning*, de Marios Psaras (Psaras, 2016) o *Greek Weird Wave: a cinema of biopolitics*, de Dimitris Papanikolaou (Papanikolaou, 2020).

## 2. NEGACIÓN DE LA IDENTIDAD

Una de las principales características de los personajes de Lanthimos es su falta de identidad, que se hace evidente en la mayoría de las películas. Un buen ejemplo de ello se encuentra en *Alps* (Lanthimos, 2012), donde los personajes forman un grupo –llamado Alpes- que ofrece sus servicios para sustituir a personas que han fallecido. Es decir; si una familia pierde a su hija en un accidente, por ejemplo, puede contratar a los Alpes para que, un par de veces por semana, uno de sus miembros vaya a casa de la familia y actúe como si fuera la hija fallecida. La cinta no trata sobre el dolor que causa la pérdida de un ser querido, sino que explora la necesidad del ser humano de tener una identidad, de ser alguien.

Pero empecemos por el principio. ¿Qué es la identidad? Navarrete-Cazales nos da la siguiente definición:

La identidad es una categoría general que posibilita que tengamos un lugar de adscripción (histórico-temporal) frente a los demás a distinguirnos de los otros (sujetos, instituciones, grupos, familias, comunidades, movimientos sociales, naciones), y decir qué es lo que somos y lo que no somos. (Navarrete-Cazales, 2015, p. 468)

La identidad, por tanto, nos dice qué es lo que somos y lo que no somos. Y, en ese sentido, el ser humano necesita tener una identidad para ser alguien. La identidad nos da la oportunidad de ser algo o alguien, un individuo propio y diferente de los demás.

Resaltamos aquí la importancia de ese “los demás”, pues a pesar de que en la filosofía clásica se entendiera la identidad como una relación que cada uno mantenía consigo mismo, en la actualidad se argumenta que la identidad se forma mediante los comportamientos, actitudes y gestos que el individuo realiza frente a los demás. Valerio D’Angelo, siguiendo las enseñanzas de Erving Goffman, cita a Simone de Beauvoir, “cuando describe cómo las mujeres se vuelven mujeres, comportándose como mujeres, esto es representando un rol” (2016, p. 394). Jean-Paul Sartre también razonaba en la misma dirección cuando escribía que “no basta con nacer burgués, hay que vivir la vida como un burgués. (Bauman, 2003, p. 37)

Hoy en día, por lo tanto, se cree que la identidad se forma actuando, representando un papel. La mujer se hace mujer actuando como una mujer; el profesor, actuando como profesor; el padre, actuando como padre. De esta forma, el término *persona* (entendido como individuo con una identidad propia) vuelve al significado etimológico que tenía en la antigüedad, puesto que este término se utilizaba para nombrar las máscaras que los actores utilizaban en la tragedia griega:

Diversos autores coinciden en aceptar su proveniencia del término griego “*prosopon*”, que era la máscara utilizada por los actores del teatro griego en las representaciones. También se reconoce su origen en el término latino “*per-sonare*”, que significaba “sonar a través de”. Los estudios etimológicos permiten afirmar que “*persona*” era la máscara a través de la cual resonaba la voz. (Betancur, 2010, p. 130)

El término *persona* nació para nombrar las máscaras de los actores. Después pasó a nombrar a los individuos que utilizaban esas máscaras, esto es, los actores, y al final terminó nombrando a todos los individuos de la sociedad. Pero es interesante remarcar que *persona* viene de *máscara* o de *actor*, pues esto es precisamente lo que los filósofos contemporáneos afirman que es la persona: un actor:

La persona es la máscara o el rol que asumen los individuos en sociedad. Somos actores de nuestra propia vida en la que desempeñamos múltiples papeles sociales; somos padres, profesionales, hijos, esposos, amigos, etc. [...] El hombre es, entonces, un personaje que cumple un rol en el escenario del mundo; [...] Y, en este sentido, el hombre es persona. (Betancur, 2010, p. 130)

La persona es el rol que el individuo asume en la sociedad, es una máscara. Y esa es precisamente la clave para entender por qué la protagonista de *Alps*, llamada Monte Rosa, se empeña con tanto ahínco en representar los roles de las personas fallecidas. La joven no consigue ser percibida por los demás, no consigue que la sociedad la reconozca como un individuo. Es una persona sin identidad, una *persona-que-no-es-persona*. Y es precisamente actuando como si lo fuera, como si fuera la hija o la novia de alguien, aunque sea durante unas horas, como Monte Rosa quiere llegar a convertirse en alguien.

Llama la atención que el nombre de la protagonista de *Alps* sea precisamente Monte Rosa, pues este es el nombre de uno de los montes que componen la conocida cordillera de los Alpes. La razón de ello es que Monte Rosa es solo el sobrenombre que elige la protagonista de la película, pues su nombre real nunca se da a conocer. Estamos aquí ante otra de las características del cine de Lanthimos: al negar a los personajes de una identidad, también les niega un nombre. Así pasa en *Kinetta* (Lanthimos, 2005), su primera película, y también en *Dogtooth* (Lanthimos, 2009).

Al mismo tiempo, la negación del rostro también cumple la misma función: si el individuo se vuelve persona realizando diferentes actuaciones, es innegable que el cuerpo y el rostro cumplen un papel fundamental para que esas actuaciones tengan lugar. “El rostro nos identifica. A las víctimas de un incendio no les basta con salvar su vida: necesitan tener un rostro. Aunque sea el de un muerto” asegura el doctor Ledgard al inicio de la película *La piel que habito* (Pedro Almodóvar, 2011). El rostro nos identifica, nos da la oportunidad de construirnos una identidad, de ser alguien. En *Alps* el director niega los rostros de los personajes y los coloca constantemente de espaldas a la cámara, desenfocados o lejos de ella [1,2].



Figura 1. Negación del rostro



Figura 2. Negación del rostro

Lo mismo sucede en *Kinetta*. En la escena que presenta al personaje principal, por ejemplo, esta aparece desenfocada, oscura y casi fuera del fotograma [3]. En los siguientes planos el director muestra los movimientos de su cuerpo, pero su rostro siempre elude la cámara: primero se ve a la protagonista de lado o de espaldas al espectador, y después el rostro queda oculto detrás de un objeto [4].



Figura 3. Negación del rostro



Figura 4. Negación del rostro

Privados de la herramienta del rostro a la hora de construirse una identidad, los personajes de Lanthimos no consiguen que los demás se creen sus conductas, lo cual es un elemento imprescindible para que las actuaciones funcionen: “El “sí mismo” (*self*), según Mead, emerge como sujeto sólo en la medida en que es capaz de “objetivarse”, es decir, de ser reconocido por los demás en cuanto sujeto” (D’Angelo, 2016, p. 390). Es en el reconocimiento de los demás donde reside la clave de la identidad. Cuando el individuo realiza un rol, pide que los demás se creen ese rol: “Se les pide que creen que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta poseer, que la tarea que realiza tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser” (Goffman, 1997, p. 29). Pero cuando esto no ocurre, cuando la máscara no es creíble y el resto no se cree el rol que uno está realizando, el individuo fracasa en su construcción de la identidad.

Monte Rosa intenta desesperadamente ser alguien actuando como tal, pero el resto de personas son conscientes de que están ante una recreación en todo momento. No se creen a la joven. Y es por ello que fracasa en su intento de conseguir una identidad.

En *The Lobster* (Lanthimos, 2015) la negación de identidad se plasma en el despojamiento de los objetos personales que sufren los personajes cuando llegan al hotel donde se sitúa la primera parte de la película. Como hemos dicho antes, la identidad se construye con actuaciones para los que el cuerpo, el rostro y la “fachada”, como lo denomina D’Angelo, son esenciales:

La primera regla situacional consiste en la “gestión disciplinada de la propia apariencia o fachada personal”, con la finalidad de presentar una identidad creíble a los demás. Del buen uso de los elementos expresivos, o sea del cuidado de la fachada, depende el éxito de la performance. Sin embargo hay contextos, como las cárceles y los hospitales psiquiátricos donde el preso se ve privado de este derecho a la máscara. (D’Angelo, 2016, p. 392)

En *The Lobster* privan a los huéspedes del hotel de sus objetos personales y de su ropa. Visten a todos de la misma manera, les hacen bailar igual, comer igual [5,6]... y de esa forma le niegan al individuo la posibilidad de construirse una identidad diferente, de ser alguien diferente, de decidir acerca de su máscara.



Figura 5. Negación de la fachada



Figura 6. Negación de la fachada

En el resto de películas del director griego también es evidente la falta de identidad de los personajes, por lo que este elemento se convierte en la primera característica que remarcamos del individuo posmoderno: ha sido privado de su identidad. No obstante, cabe destacar que la negación de la identidad no es un elemento exclusivo de las personas; también se da en los lugares.

### 2.1 No-lugares

De la misma manera en la que Lanthimos niega la identidad de los personajes, también niega la de los espacios en los que habitan. *Kinetta* es un pueblo turístico situado en Ática-oeste, a 45 kilómetros de Atenas. En verano se llena de turistas ávidos de playa y sol, pero en invierno la localidad alberga menos de 2.000 habitantes. En invierno, por lo tanto, es un contenedor vacío, un contenedor sin contenido. El hotel donde trabaja la protagonista o la casa de otro de los personajes son muestra de ello [7,8].



Figura 7. Hotel vacío



Figura 8. Casa vacía

Los edificios de *Kinetta* son edificios vacíos, que no dicen nada, copia de otros tantos edificios que hay en el mundo. En *Dogtooth* y *Alps* ocurre lo mismo. En una escena en la que Monte Rosa va a la playa, en *Alps*, el director muestra el espacio en un plano general en el que el elemento que más llama la atención es un gran poste de electricidad que hay en el centro. En la parte de abajo la carretera tiene mucha presencia y en la de arriba se pueden observar varios cables [9]. Monte Rosa camina hacia la playa y el director corta a un plano más corto. Pero también en ese plano llaman mucho la atención unos contenedores amarillos y otro tipo de suciedad que hay en la playa [10]. Cuando se muestran otros lugares la tendencia es la misma: son lugares feos donde hay grafitis, papeleras, coches, edificios viejos e insípidos... [11,12].



Figura 9. Poste de electricidad



Figura 10. Contenedores amarillos



Figura 11. Papelera y coches



Figura 12. Grafitis

Acorde a los personajes que viven en ellos, los lugares también son lugares sin identidad. Son *no-lugares*, utilizando la famosa categoría de Marc Augé. Así explica el concepto del no-lugar Odeta Žukauskienė; primero aclara lo que son los lugares, para después definir lo que serían los no-lugares:

Place hold people with the same cultural background together, strengthen the sense of belonging to their country, history and culture. [...] To these *places* anthropologist opposes *non-places* – spaces that create neither identity nor relationships, neither shared cultural symbols nor monuments<sup>2</sup>. (Žukauskienė, 2016, p. 109)

Como podemos observar, los *no-lugares* son espacios que reflejan la falta de identidad del individuo posmoderno e invitan a reflexionar sobre la relación que existe entre las personas y los lugares en los que estos habitan.

### 3. AMOR LÍQUIDO

Según Guido Arditì, los trabajos industrializados que crea el capitalismo convierten al trabajador en una pieza más del proceso de producción (2018). Los trabajos modernos son labores mecánicas, no-creativas, en las que el trabajador debe realizar la misma función una y otra vez. En este sistema la personalidad del trabajador deja de tener valor y eso conlleva que todo trabajador sea fácilmente sustituible por otro. Este proceso despersonaliza al trabajador, que pierde una forma en la que podía definirse a sí mismo y en última instancia avanza en el proceso de pérdida de identidad del individuo. Arditì argumenta que como respuesta a esta pérdida de identidad nació el amor romántico:

Aquella identidad que es desdibujada en el ámbito del trabajo, les es restituida a los sujetos modernos a través de sus parejas; las cuales devienen parte integral de su identidad. Pues significan la existencia de un otro para el cual aquello que piensan, hacen, proponen o dicen es importante. Y, por lo tanto, es a través de este otro que adquieren un atestiguamiento de sí y dan sentido a sus vidas. (Arditì, 2018, p. 45)

<sup>2</sup> Los lugares mantienen a la gente de similar herencia cultural unida, refuerzan el sentido de pertenencia a su nación, su historia y su cultura. [...] Frente a estos *lugares*, los antropólogos oponen los *no-lugares* – espacios que no crean ni identidad ni relaciones, ni símbolos culturales compartidos ni monumentos.

Por lo tanto, es a través de la pareja o la familia como el individuo moderno intenta dotar de significado a su existencia. No obstante, en la sociedad posmoderna el amor romántico también está desapareciendo y otro tipo de amor, un amor que podríamos denominar posmoderno, está cogiendo fuerza. Esto ocurre debido a que varias de las características de la sociedad capitalista y consumista posmoderna también se están extendiendo al ámbito del amor o de la pareja. Así, en las relaciones contemporáneas ya no se busca tanto la continuidad de la pareja, sino obtener satisfacción o placer inmediatos. Nos encontramos ante lo que Zygmunt Bauman denomina *amor líquido* (2005), donde la estabilidad del amor romántico se está *liquidificando*:

Las prácticas románticas nos orientan a comprometernos en el mantenimiento de relaciones profundas, a dejarnos llevar por la emoción, a sacrificarnos por el otro, considerando estas, características de real o verdadero amor. Por el contrario, las prácticas líquidas, abogan por relaciones libertarias, superficiales y hedónicas, abordadas de forma racional, siendo prácticas comunes en las relaciones virtuales. (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018, p. 168)

En la sociedad consumista posmoderna las relaciones de amor también han adquirido la relación de consumidor/producto. “Nada de enamorarse... Nada de esas súbitas mareas de emoción que lo dejan sin aliento” (Bauman, 2005, p. 38) escribe el sociólogo polaco-británico en *Amor líquido*. Las relaciones románticas se basaban en las emociones, pero el amor líquido es totalmente racional. Encontrar una cita en Tinder es un acto tan racional como ir al supermercado a comprar una botella de vino o unas galletas. Mencionamos Tinder porque la cuarta película de Lanthimos, *The Lobster*, muestra el choque de estos dos tipos de amor que acabamos de explicar -el romántico y el posmoderno o líquido- y para representar el posmoderno se hacen varias referencias a las aplicaciones para ligar.

*The Lobster* es una distopía donde cada individuo está obligado a tener pareja. Los individuos que se quedan solteros son ingresados en un hotel y ahí tienen 45 días para encontrar “el amor”. De no hacerlo, serán convertidos en animales. El protagonista decide que si no consigue encontrar pareja quiere que le conviertan en una langosta, y de ahí viene el título de la película: *The Lobster* (La Langosta).

Muchos críticos han entendido la película como una crítica al *modus operandi* de las apps de citas (Cooper, 2016), puesto que se pueden encontrar muchas referencias a dichas aplicaciones a lo largo de la cinta. Por ejemplo, cuando el protagonista encuentra una posible candidata a ser su pareja, esta clama: “I think we’re a match”, lo cual es una clara referencia a la aplicación Tinder, que anuncia con esa frase cuando encuentra dos personas potencialmente compatibles.

Estas aplicaciones buscan semejanzas entre las posibles parejas y en *The Lobster* obligan a los personajes a actuar de la misma forma: “That obsession with matching characteristics seems like a satire of the questionnaire-based compatibility algorithms on dating sites like OKCupid<sup>3</sup>” (Robinson, 2016). Lanthimos critica esta característica del amor posmoderno pues hace ver que buscar semejanzas en la posible pareja –lo que los expertos denominan “positive

---

<sup>3</sup> Esa obsesión de encontrar características semejantes parece una sátira de los algoritmos de compatibilidad basados en cuestionarios que utilizan las aplicaciones de ligar como OKCupid.

assortative mating” o *emparejamiento selectivo*- es un claro síntoma del comportamiento narcisista. Y, según Freud, el narcisismo es un sentimiento contrario al amor:

For Freud, “[a] person who loves has, so to speak, forfeited a part of his narcissism, and it can only be replaced by his being loved”. Two are needed for love rather than self-love, but Narcissus dwells in *The Lobster* at the very heart of the twosome: what one looks for in the other is what one sees in oneself<sup>4</sup>. (Cooper, 2015, p. 166)

Aparte del narcisismo, la racionalidad del amor posmoderno también se critica con claridad en *The Lobster*. Y es que, como dicen Juan Orellana y Jorge Martínez en el libro *Celuloide Posmoderno*, “el narcisismo no puede sustraerse a su relación con el *racionalismo* moderno, del que es su máxima radicalización” (2010, p. 14). Así, Lanthimos subraya la falta de emociones en todos los aspectos de la sociedad, no solo en el amor. El director resalta este elemento utilizando colores desaturados con tintes cianes o azules, como se ve en los fotogramas [13,14]. Además, el cielo está siempre nublado, la luz artificial es mínima y la mayoría de planos son medios o generales, para evitar crear empatía con los personajes y llevar el relato a un terreno emocional.



Figura 13. Colores cianes y desaturados



Figura 14. Colores cianes y desaturados

En *The Lobster* se muestra un amor racional, egoísta y narcisista. Lo mismo sucede en *The Killing of a Sacred Deer* (Lanthimos, 2017). En esta película un padre de familia, Steven, recibe una maldición por la cual deberá sacrificar a un miembro de su familia. La historia se basa en el mito griego de Ifigenia, en el que el rey Agamenón se ve obligado a matar a su hija por orden de la Diosa Artemisa.

Steven tarda mucho en aceptar que deberá sacrificar a uno de sus dos hijos o a su mujer, pero sus familiares asumen la situación con más premura y empiezan a convencer al padre para que mate a otro miembro de la familia en su lugar: “Creo que lo más lógico, por duro que pueda sonar, es matar a un niño” le dice la mujer, Anna, a Steven cuando están los dos en la cama. Los hijos también intentan convencer al padre para que no sea ellos los elegidos. Como se puede observar, más allá de una falta de amor, los personajes muestran gran falta de humanidad y empatía.

Algunos críticos han definido la situación sentimental de los personajes de *The Killing of a Sacred Deer* como “anestesia sentimental”, haciendo alusión a la forma que tienen los padres de mantener relaciones sexuales: “Su vida rutinaria carente de emociones los congela tanto que, incluso cuando tienen relaciones sexuales, llevan a cabo juegos consistentes en fingir un

---

<sup>4</sup> Para Freud, una persona que ama, por decirlo así, debe haber renunciado a parte de su narcisismo, y solo puede ser reemplazado por su amor. Dos son necesarios para el amor, no como en el amor propio del narcisismo. Pero en *La Langosta* el narcisismo ocurre en el mismo corazón de las parejas: lo que uno busca en el otro es lo que ve en sí mismo.

estado de anestesia. No fingen, están anestesiados” (Grijalva, 2018). Y es que al principio de la película se puede observar que para mantener relaciones sexuales la madre actúa como si estuviera bajo los efectos de una anestesia general [15].



Figura 15. Anestesia general

### 3.1 Sexo como herramienta

El sexo en la sociedad posmoderna -y el sexo en el cine de Yorgos Lanthimos- es un acto que nada tiene que ver con el amor o los sentimientos. Las prácticas sexuales de los padres de *The Killing of a Sacred Deer* son reflejo de ello, pero un ejemplo más claro de lo que es el sexo se puede observar en otra escena en la que la madre desea obtener una información de manos de un amigo de su padre. “¿Qué obtendré yo a cambio?” le pregunta el hombre a Anna. La respuesta es clara: placer sexual.

En el cine de Lanthimos el sexo es una herramienta, una mercancía que puede intercambiarse por otra. Otro ejemplo claro lo vemos en *The Favourite*, donde la protagonista utiliza el sexo para ganarse el favor de otros personajes. También en *Alps*, donde Monte Rosa recurría al sexo para conseguir la atención de sus clientes.

En *Dogtooth* se muestran varias escenas de sexo, “which are disquieting precisely because of a lack of either passion or pathology<sup>5</sup>” (Fisher, 2011, p. 22). En esta película se muestra una familia donde los tres hijos tienen prohibido abandonar la casa en la que viven. En consecuencia, el padre de la familia contrata a una mujer para satisfacer las necesidades sexuales de su hijo mayor.

En este caso el sexo es una herramienta para mantener al hijo bajo control, ya que, como aseguraba Freud, el instinto sexual de los subordinados debe ser controlado por el poder para evitar que los subordinados se subleven:

As proposed by Freud, sexual frustration and unsatisfied sexual urges can lead to violent behaviour. Aware of the possible destructive behaviour the son might adopt due to his unsatisfied sexual desires, which can be threatening for his authority and power over the family structure, the father guarantees that his son’s sexual needs are satisfied in one way or another<sup>6</sup>. (Kizilay, 2020, p. 171)

---

<sup>5</sup> que son inquietantes precisamente por su falta de pasión o patología.

<sup>6</sup> Como decía Freud, la frustración sexual y los deseos sexuales no realizados pueden llevar a una conducta violenta. Consciente del posible comportamiento destructivo que su hijo podría tomar debido a sus deseos sexuales no resueltos, que podría ser peligroso para la autoridad y el poder de la estructura familiar, el padre se asegura de que las necesidades sexuales de su hijo sean satisfechas de una forma u otra.

Al igual que en las demás películas, por supuesto, el acto sexual en *Dogtooth* nada tiene que ver con las emociones. Es más, como dice Mario Psaras en el libro *The Greek Weird Queer Wave*, “sex is presented as being as mechanical as driving the car to the family’s house” (2016, p. 67). El sexo es un elemento que está totalmente alienado en la sociedad posmoderna, donde incluso prácticas como el incesto son acometidas sin excesivos escrúpulos.

#### 4. INUTILIDAD DEL LENGUAJE

El sexo en *Dogtooth* es una herramienta para mantener el poder, pero la herramienta principal, el recurso con el que los padres mantienen prisioneros a los hijos, es el lenguaje. En la primera escena de la película aparecen los tres hijos escuchando un radiocasete. La voz que sale de él –que es la voz de la madre– dice así: “Las nuevas palabras del día son: *mar*, *autopista*, *excursión* y *carabina*. *Mar* es la silla de piel con brazos de madera como la de la sala de estar. Ejemplo: no te quedes de pie, siéntate en el *mar* para que conversemos. *Autopista* es un viento muy fuerte. *Excursión* es...” así sigue la voz de la madre, explicando a los hijos lo que significan ciertas palabras.

La idea que mejor refleja el planteamiento de Lanthimos, en este sentido, es el del filósofo y lingüista austríaco Ludwig Wittgenstein, quien defendía que los límites de nuestro lenguaje suponen los límites de nuestro mundo. En este caso, como acabamos de explicar, los padres manipulan la percepción de la realidad de los hijos mediante la manipulación del lenguaje:

The film proved that we cannot fathom that which language does not cover. As man lives and fulfills his humanity, his language structures the resources of his knowledge. One knows about things when he can say something about them, and your utterance can exhaust the limits of what you know<sup>8</sup>. (Alfajora, 2011, p. 7)

Los hijos no pueden desear lo que no saben que existe. Por eso los padres cogen palabras que puedan darles información sobre el exterior y les dan un significado del interior de la casa.

Una idea parecida es la que se trata en la famosa novela de George Orwell *1984* (2013). En esta novela se presenta una sociedad totalitaria que controla estrictamente a sus ciudadanos y una de las herramientas para ejecutar ese control es la manipulación del lenguaje. En la novela, el Partido (el partido totalitario que ostenta el poder) ha creado un nuevo lenguaje llamado *Newspeak* (o lenguaje nuevo) que pretende sustituir el *Oldspeak* (o lenguaje viejo) para el año 2050. El principal objetivo del *Newspeak* es hacer el diccionario cada vez más fino mediante la eliminación de las palabras que puedan resultar peligrosas para el Partido. Así, por ejemplo, la palabra *libertad* es eliminada del nuevo diccionario. De esa forma, para los ciudadanos es mucho más difícil desear –y qué decir luchar por– la libertad política. Lo mismo ocurre con la palabra *mentira*. Eliminando las palabras que representan ciertas ideas del diccionario se convierte mucho más difícil el pensar o el hablar sobre esas ideas.

Deleuze y Guattari lo tienen claro: “el lenguaje ni siquiera está hecho para que se crea en él, sino para obedecer y hacer que se obedezca” (1994, p. 81). El lingüista Norman Fairclough

---

<sup>7</sup> el sexo es presentado como una acción tan mecánica como conducir el coche familiar a la casa.

<sup>8</sup> La película demuestra que no podemos comprender lo que el lenguaje no abarca. Cuando las personas van viviendo y consumando su humanidad, su lengua estructura los recursos de su conocimiento. Alguien solo sabe algo cuando puede decir algo sobre ello, y tu expresión puede agotar los límites de lo que sabes.

también hablaba sobre el poder del lenguaje en la misma dirección, cuando afirmaba que el lenguaje permite a unas personas dominar a otras, pues la conciencia es el primer paso hacia la soberanía (1989).

Al principio de *Dogtooth*, después de que los hijos hayan escuchado las nuevas palabras del día, la hija menor propone un juego: meter un dedo en agua caliente para ver quién de los tres es el que más aguanta sin sacarlo. A la hermana mayor y al hijo les parece bien, y empiezan a discutir sobre las normas del nuevo pasatiempo. Después, la hermana mayor pregunta cómo se llama el juego. Nadie lo sabe. Se crea un silencio, y acto seguido, la escena termina. El juego se queda sin ser realizado. Aquí se ve que Lanthimos defiende que lo que no puede ser nombrado no existe. Este elemento hace pensar en los personajes, que como hemos dicho antes no tienen nombre. Y también en las palabras manipuladas que aprenden los hijos, como *mar* o *excursión*. Las cosas y las personas, para existir, necesitan un nombre que afirmen su existencia.

Lanthimos subraya la inutilidad de las palabras para transmitir un mensaje o un sentimiento. El lenguaje sirve para manipular, para dar ordenes, para establecer jerarquías... pero no para relacionar de verdad a las personas. “En la era de la información se generalizan paradójicamente los problemas de comunicación y las malinterpretaciones”, asegura Raúl Martínez en su tesis doctoral *Jim Jarmusch desde la posmodernidad* (2014, p. 26). Por eso los personajes de todas las películas de Lanthimos están solos, aislados, sin poder comunicarse o crear relaciones afectivas con el resto de seres humanos.

## 5. AISLAMIENTO FORZADO

Como consecuencia del fracaso del lenguaje, los personajes del autor griego viven aislados y en soledad. “Se han ido rompiendo los vínculos de dependencia vertebradora en el lapso de los últimos siglos” escriben Orellana y Martínez; “primero con Dios, después con la naturaleza, por último, con los otros” (2010, p. 40). Así ha evolucionado la sociedad en los últimos años: desde la pérdida de importancia de la religión hasta llegar a la sociedad líquida actual, compuesta por individuos digitalmente conectados, pero emocionalmente aislados o anestesiados.

El ejemplo más claro de este aislamiento puede ser observado en *The Favourite*, donde para reflejar esa característica el director coloca a los personajes en un palacio inmenso: “From the beginning, I had this image of these lonely characters in huge spaces<sup>9</sup>” (Smith, 2018) declara Lanthimos en una entrevista. El director utiliza en esta película planos de gran angular y de ojo de pez (con objetivos de hasta 6mm) en los que los personajes se ven muy pequeños, insignificantes y perdidos [16,17]. Además, da la sensación de que los personajes están atrapados y crea una sensación claustrofóbica, como explica el director de fotografía de la película Robbie Ryan:

If you read between the lines what the lenses did for the film, the thing I [took from] watching the film was it felt very claustrophobic. By the nature of being able to see everything in front of you, you then get a sense that the characters are almost

---

<sup>9</sup> Desde el principio me imaginé estos personajes solitarios en espacios inmensos.

imprisoned in the location. Even though they have all this luxury and power, they are a little bit isolated in this world<sup>10</sup>. (Gobar, 2018)



Figura 16. Gran angular



Figura 17. Gran angular

El director utiliza los espacios de forma tal que crean una sensación de encarcelamiento. Aparte de *The Favourite*, este elemento se hace evidente tanto en *Dogtooth* como en *The Lobster*, donde los personajes viven literalmente encarcelados ya sea en la casa o en el hotel, pero también en el resto de películas. En *Kinetta*, por ejemplo, para representar esta característica se muestra a los personajes solos en espacios inmensos [18] o atrapados en sus casas y lugares de trabajo [19].



Figura 18. Personajes encarcelados



Figura 19. Personajes encarcelados

Por otro lado, en *The Killing of a Sacred Deer* llama la atención que a menudo se muestra a los personajes atrapados en espacios cerrados con ventanas rayadas que se asemejan a los barrotes de una cárcel [20]. Lo mismo sucede en *The Favourite* [21] donde, además, el palacio real se dibuja como si fuera un verdadero laberinto gigantesco (con pasadizos secretos y corredores infinitos) del que los personajes no saben cómo salir. Además de eso, los personajes se comparan con los conejos que la reina guarda en una jaula. Los animales están presos, igual que los protagonistas, aislados tras jaulas con barrotes, en una metáfora que se refuerza visualmente mediante los colores blancos y negros con los que se dibujan ambos elementos [22,23].

---

<sup>10</sup> Si lees entre líneas lo que los objetivos aportan a la película, lo que yo sentí al ver el filme es un sentimiento de claustrofobia. Teniendo la habilidad de ver todo lo que ocurre enfrente tuyo sientes que los personajes están prisioneros en el espacio. A pesar de tener todo ese lujo y poder, están un poco aislados en el mundo.



Figura 20. Ventanas con barrotes



Figura 21. Ventanas con barrotes



Figura 22. Conejos blancos y negros



Figura 23. Personajes blancos y negros

El individuo posmoderno es un ser que vive encarcelado y aislado del resto de sus coespecímenes. Vive marginado, excluido de la socialización, solo. Según Gérard Imbert esta forma de aislamiento es típicamente neoexistencialista. El autor argumenta que el individuo posmoderno no se siente parte del sistema, pero tampoco se levanta contra él. El individuo posmoderno se enfrenta al sistema de una forma blanda, “en una forma de resistencia pasiva típicamente posmoderna” (2019, p. 158). Reflejo de la sociedad líquida contemporánea donde nada es para siempre –y, por lo tanto, nada es importante- el individuo posmoderno es un ser pasivo, sin motivación, al que le cuesta relacionarse y encontrar su lugar en la sociedad. En contraste a los personajes del cine clásico, el personaje posmoderno se limita a sobrevivir:

Hay un modo posmoderno de vivir en los bordes, al margen de la sociedad, sin ser obligatoriamente un marginado social. Corresponde a un estado liminar, un vivir sin estar del todo integrado [...]. Se traduce obviamente por una relación distanciada con el entorno humano, con el tiempo, el vivir en el presente más inmediato y en la falta de perspectivas de futuro. (Imbert, 2019, p. 169)

Vivir en los bordes, en los márgenes, dice Imbert. Así es precisamente como se muestra a los personajes de *Alps*, por ejemplo, quienes no tienen la suficiente importancia, no son lo suficientemente significantes para ocupar el centro del plano [1,2]. Son personajes sin identidad, alejados los unos de los otros, incapaces de relacionarse y comunicarse entre ellos.

## 6. CONCLUSIONES

Yorgos Lanthimos retrata una sociedad que ha perdido el norte por perseguir el sueño capitalista, que ha olvidado sus raíces, su historia, su identidad. Los lugares han perdido su esencia y lo mismo ha ocurrido con los seres humanos que viven en ellos, quienes han sufrido un fuerte proceso de alienación.

Las características que conforman el sistema consumista contemporáneo han terminado por contagiar la esfera privada y el amor se ha convertido en un bien consumible, un placer inmediato y desechable. El sexo se ha convertido en una mercancía.

El lenguaje ha mostrado su inutilidad a la hora de crear lazos afectivos entre personas y de dar

sentido a la realidad y se ha convertido en una herramienta con la que los poderosos mantienen a sus súbditos bajo control. Como consecuencia, los individuos no consiguen conectar entre ellos y a falta de un objetivo común se encuentran aislados y solos.

Este es el retrato que hace el cineasta Yorgos Lanthimos del individuo posmoderno. A todas estas características habría que sumarle, además, la constante amenaza de violencia bajo la que viven los personajes, y también la estricta jerarquía con la que se organiza la sociedad. Esto no significa que los citados elementos sean las principales características de la sociedad posmoderna, sino que son las que este concreto cineasta destaca en sus personajes. Así, se deja abierta la posibilidad de seguir investigando tanto estos aspectos como los retratos que otros directores realizan del individuo y la sociedad posmodernas.

El cine de Lanthimos es un cine que a primera vista puede parecer absurdo o incluso ridículo, pero observar a sus personajes con detenimiento basta para que el espectador se de cuenta de que bajo las premisas disparatadas del director se esconden retratos precisos de la sociedad contemporánea; de lo que es hoy en día y de lo que podría ser en un futuro si no se cambian las cosas.

## Referencias

- Alfajora, J. C. (2011). *On Language and Morality. Rethinking the Role of Language in the Formation of Moral Values through analysis of Lanthimos' Dogtooth*. <https://tinyurl.com/aw3vhvec>
- Almodóvar, P. (Director). 2011. *La Piel que habito* [película]. El Deseo P. C., Blue Haze Entertainment, Canal+ España, Televisión Española, Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, FilmNation Entertainment.
- Arditi, G. (2018). Amor y Capitalismo. *Revista Ariel*, 22, 41-50. <https://tinyurl.com/57jtwun8>
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- \_\_\_ (2005). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Fondo de Cultura Económica.
- Betancur, M. C. (2010). Persona y Máscara. *Praxis Filosófica*, 30, 127-143. <https://doi.org/10.25100/pfilosofica.v0i30.3419>
- Bordwell, D. (1996). *La Narración en el Cine de Ficción*. Paidós.
- Cooper, S. (2016). Narcissus and The Lobster. *Studies in European Cinema*, 13(2). <https://doi.org/10.1080/17411548.2016.1216373>
- D'angelo, V. (2016). La máscara que luego estoy siguiendo. Sobre la relación entre cuerpo y sujeto en la obra de Erving Goffman. *Daimon: Revista Internacional de Filosofía*, 5, 389-398. <https://doi.org/10.6018/daimon/268931>
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1994). *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Pre-textos.
- Eagleton, T. (1997). *Las ilusiones del posmodernismo*. Paidós.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. Longman.
- Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.
- Grobar, M. (2018). *The Favourite DP Robbie Ryan Brings Fisheye Lenses & Fluid, Roving Camera To Yorgos Lanthimos' Madcap Period Piece*. Deadline. <https://tinyurl.com/4yab7hek>
- Fisher, M. (2011). Dogtooth: The Family Syndrome. *Film Quarterly*, 64(4), 22-27. <https://doi.org/10.1525/fq.2011.64.4.22>

- Grijalva, A. (2018). *The Killing of a Sacred Deer: la sublimación estética de una nueva tragedia*. Cine Oculto. <https://tinyurl.com/4tzvuu5a>
- Imbert, G. (2019). *Crisis de valores en el cine posmoderno*. Cátedra.
- Kizilay, Y. (2020). Dogtooth: Entrapment in a perceptual prison. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 167–173. <https://tinyurl.com/4rr6wb2s>
- Lanthimos, Y. (Director). 2005. *Kinetta* [película]. Haos Films, Modiano Inc, Top Cut, STEFI Cine & TV Productions, Kino.
- Lanthimos, Y. (Director). 2009. *Dogtooth* [película]. Boo Productions.
- Lanthimos, Y. (Director). 2011. *Alps* [película]. Haos Films.
- Lanthimos, Y. (Director). 2015. *The Lobster*. [película]. Element Pictures, Scarlet Films, Faliro House, Haut et Court, Lemming Films, Film4 Productions.
- Lanthimos, Y. (Director). 2017. *The Killing of a Sacred Deer* [película]. Element Pictures, A24, Film4.
- Lanthimos, Y. (Director). 2018. *The Favourite* [película]. Element Pictures, Scarlet Films, Film4 Productions, Waypoint Entertainment.
- Lanthimos, Y. (Director). 2019. *Nimic* [cortometraje]. Superprime.
- Lasagna, R. y Pallavidino, B. (2019). *Anestesia di solitudini: Il cinema di Yorgos Lanthimos*. Mimesis Edizioni.
- Martínez, R. (2014). *Jim Jarmusch desde la posmodernidad*. [Tesis Doctoral, Universitat Ramon Llull]. Repositorio Universitat Ramon Llull. FCCB - Comunicació. <http://hdl.handle.net/10803/298176>
- Muñoz, H. (2015). *Posnarrativo: el cine más allá de la narración*. [Tesis Doctoral, Universidad de Salamanca]. Repositorio Documental Gredos. <http://hdl.handle.net/10366/128242>
- Navarrete-Cazales, Z. (2015). ¿Otra vez la identidad? Un concepto necesario pero imposible. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 20(65), 461-479. <https://tinyurl.com/8srftc5v>
- Orellana, J. y Martínez, J. (2010). *Celuloide Posmoderno: Narcisismo y autenticidad en el cine actual*. Ediciones Encuentro.
- Orwell, G. (2013). *1984*. Editorial DeBolsillo.
- Papanikolaou, D. (2020). *Greek Weird Wave: a cinema of biopolitics*. Edinburgh University Press.
- Psaras, M. (2016). *The Queer Greek Weird Wave: Ethics, Politics and the Crisis of Meaning*. Palgrave Macmillan.
- Robinson, T. (2016). *The Lobster draws out an illogical world to its most logical ends*. The Verge. <https://tinyurl.com/rmdmjdc>
- Sánchez-Sicilia, A. y Cubells, J. (2018). Amor, posmodernidad y perspectiva de género: entre el amor romántico y el amor líquido. *Investigaciones feministas*, 9(1), 151-171. <https://doi.org/10.5209/INFE.58143>
- Smith, S. (2018). *Yorgos Lanthimos's Venice Film Festival crowd pleaser The Favourite filmed almost exclusively at Hatfield House, Hertfordshire*. The Location Guide. <https://tinyurl.com/kztnhcra>
- Zukauskienė, O. (2016). A philosophical topography of place and non-place: lithuanian context. *Coactivity: Philosophy, Communication*, 24(2), 108–118. <https://doi.org/10.3846/cpc.2016.244>

### Semblanza del autor

**Mikel Peña Sarrionandia** es licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco y tiene un máster en Edición y post-producción de vídeo. Desde el 2013 trabaja en la productora de vídeo Zirriborro, donde realiza las funciones de editor, cámara, post-productor y

colorista. Entre sus trabajos destacan el cortometraje *Aurrera*, estrenada en el Bilbao Mendi Film Festival, el documental *Arriesgarse a Vivir* o el programa de televisión *El Lector de Huesos*, ganador del Premio Especial en el FesTVal de 2016 y del Premio Pello Sarasola al Mejor Programa Autonómico en el mismo año.

## Revisores del número 55 de Ámbitos Revista Internacional de Comunicación

Han actuado como revisores anónimos para uno o más artículos de este número, tanto los aceptados como los rechazados, los siguientes investigadores:

Beatriz Ferrús Antón, Universidad Autónoma de Barcelona, España  
Gloria Jiménez Marín, Universidad de Sevilla, España  
Javier Marzal Felici, Universidad Jaume I, España  
Manuel Blanco Pérez, Universidad de Sevilla, España  
Rafael Avillés del Pino, Universidad Pablo de Olavide, España  
Estrella Fernández, Universidad de Cádiz, España  
Manuel Rodríguez Illana, Universidad de Sevilla, España  
Gregory Stallings, BYU College of Humanities, Estados Unidos  
Xavier Ginesta, Universidad de Vic, España  
María Nieves Corral Rey, Universidad de Málaga, España  
Nerea Cuenca Orellana, Universidad Carlos III de Madrid, España  
Pablo Berdón Prieto, Universidad de Valladolid, España  
Martha Patricia Álvarez Chávez, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México  
Fidel González Quiñones, Universidad Autónoma de Chihuahua, México  
Elvira Calvo Gutiérrez, Universidad Complutense de Madrid, España  
Cristina González Oñate, Universidad Jaume I, España  
Antonio Pantoja Chaves, Universidad de Extremadura, España  
Ángels Álvarez Villa, Universidad CEU San Pablo, España

# ÁMBITOS

---

ISSN: 1139-1979 | ISSN digital: 1988-5733 | Depósito Legal: SE-1493-98

**Revista Internacional de Comunicación  
editada por el Grupo de Investigación en  
Estructura, Historia y Contenidos de la  
Comunicación(GREHCCO) de la Universidad  
de Sevilla.**

**ambitoscomunicacion@us.es**

**<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>**

**@RevistaAmbitos**