

Percepcions i metàfores sobre el canvi climàtic.

De les narratives mediàtiques desmobilitzadores als moviments socials emergents

JOSEP ESPLUGA TRENC¹
josepluis.espluga@uab.cat

¹ Institut de Govern i Polítiques Públiques i Departament de Sociologia, Universitat Autònoma de Barcelona

Resum

Tot i que el canvi climàtic és un dels principals riscos ambientals del segle XXI i sobre el qual cal actuar amb urgència, es dona la paradoxa que rarament en tenim una experiència directa i n'adquirim el coneixement bàsicament amb les narratives que científics i polítics vehiculen a través dels mitjans de comunicació. Per això, resulta pertinent preguntar-se com es transmet mediàticament la idea del canvi climàtic i com afecta això les percepcions de la població i, en conseqüència, les seves accions o intencions d'acció. Amb aquesta finalitat, aquí faig una anàlisi de les metàfores amb què la premsa defineix el canvi climàtic i com una mostra qualitativa de població (un grup de persones preocupades i un altre d'escèptiques) les interpreta i redefeix. Les metàfores identificades a la premsa es corresponen bàsicament amb quatre dominis semàntics: bèl·lic, moviment, esport i tecnologia-construcció. D'aquesta manera, la imatge que s'ofereix del canvi climàtic és la d'una lluita, que es presenta com un joc o aposta, sobre alguna cosa que està en moviment i que cal frenar, contenir o posar sota control. L'anàlisi de com la població construeix la seva visió sobre aquest fenomen dona un interessant contrapunt que permet entendre les actituds i comportaments

que es posen en pràctica. El text finalitza amb una reflexió sobre les conseqüències d'aquests resultats per a l'emergència i desenvolupament dels moviments socials ambientals i de protesta contra el canvi climàtic.

Paraules clau:

percepcions, metàfores, narratives mediàtiques, moviments socials, canvi climàtic



1. La conveniència de saber com es parla del canvi climàtic

Si hi ha alguna cosa que representa bé la complexitat de les societats de segle XXI és el fenomen que s'ha popularitzat amb el nom de canvi climàtic, una mena de caixa negra conceptual que conté els ingredients bàsics per posar en qüestió molts dels supòsits de l'era industrial i la societat moderna. D'entrada, la seva mateixa diagnosi i caracterització suposa un repte científic de grans dimensions, amb milers d'equips científics treballant en xarxa, generant dades i intentant donar-los sentit a partir de models teòrics cada cop més refinats, amb graus d'incertesa amplis i dispars, i amb unes evidències més i més consolidades però difícils d'explicar a un públic profà. Aquesta incertesa té diverses fonts, des de la manca de dades fins a l'escassetat de models teòrics adequats per entendre les interaccions dels sistemes ecològics, passant per les limitacions en el processament de dades i per la indeterminació inherent als sistemes complexos. La ciència com a institució s'enfronta al repte no només de fer el millor diagnòstic possible, sinó també de saber transmetre'l més enllà del cercle d'entesos que generen i comparteixen les dades i els coneixements, en particular en l'esfera de la política, des de la qual s'han de prendre les decisions pertinents. Unes decisions que són també complexes i que comporten tries ideològiques i pràctiques de fons.

El canvi climàtic és conseqüència dels accelerats canvis tecnoeconòmics en els àmbits de la producció i el consum de les nostres societats, cosa que situa el model de desenvolupament socioeconòmic hegemònic en el centre de la discussió. A més, els seus impactes afecten tots els grups socials, però s'acumulen en els més vulnerables, que són també els que menys recursos tenen per protegir-se'n, cosa que facilita l'aparició d'escenaris d'injustícia ambiental. En definitiva, ens trobem davant d'un fenomen que pot desencadenar transformacions substancials en el conjunt de la biosfera, al mateix temps que es pot convertir en una dinàmica profundament transformadora de les societats humanes.

Per tot plegat, el canvi climàtic suposa un repte d'envergadura en tots els àmbits, ja que per

afrontar-lo calen formes de cooperació social inèdites, polítiques innovadores, noves tecnologies i, sobretot, noves maneres de pensar i d'actuar. El que està en qüestió és el model de desenvolupament típic de la societat capitalista industrial i postindustrial i la cosmovisió que l'acompanya. Per això, buscar una sortida al problema del canvi climàtic requereix, també, aprendre a pensar de manera diferent, desenvolupar conjuntament noves narratives (cosmovisions, històries amb sentit, mitologies modernes) que permetin redefinir el lloc dels humans al planeta d'una manera més resilient, justa i sostenible. Si ja fa tres dècades d'advertències creixents sobre els riscos que correm, amb proclamació d'emergència climàtica inclosa, sense haver posat en pràctica els mitjans necessaris per reduir-los, és precisament perquè les solucions requereixen uns canvis socioeconòmics, polítics i culturals radicals. Molt probablement, encara no disposem de l'aparell conceptual necessari per construir un imaginari col·lectiu que ens permeti fer-nos una idea del que implica. D'aquí la importància d'estudiar les formes de comunicació del canvi climàtic.

Fins ara, la comunicació del canvi climàtic ha estat dominada per una visió essencialment instrumental, dedicada principalment a transmetre dades i missatges a una població concebuda com a necessitada d'informació experta per poder actuar racionalment (Ballantyne, 2016; Tabara, 2016). Un model comunicatiu que ja ha mostrat a bastament els dèficits i limitacions davant d'un fenomen tan complex, difús i difícil de llegir des d'una visió convencional. Per això, és necessari estudiar els processos socials pels quals la gent dona sentit als símbols mediàtics sobre el canvi climàtic, conèixer de quina manera se sent interpel·lada o no davant de les notícies que hi estan relacionades, així com quines narratives reproduïxen o generen en relació amb aquest tema. Il·lustrar aquestes dinàmiques i les seves conseqüències és l'objectiu d'aquest text.

2. Les enquestes sobre el canvi climàtic i les seves limitacions

La bibliografia sobre les percepcions públiques del canvi climàtic és molt nombrosa, però té una certa tendència a quedar-se en un pla relativament descriptiu i superficial. La gran majoria d'estudis es basen en anàlisis de dades sobre percepcions recollides mitjançant enquestes i baròmetres d'opinió, que no permeten aprofundir en els sentits que les persones atorguen al fenomen. El Baròmetre del CIS de gener del 2023, per exemple, incloïa la pregunta "Diria vostè que en aquests moments el canvi climàtic el preocupa molt, força, poc o gens?" Els resultats mostren que el 78,3% d'enquestats estaven força o molt preocupats (CIS, 2023), cosa que donaria peu a pensar que la població espanyola percep el canvi climàtic com una cosa prou seriosa. No és l'únic índex de què disposem. L'Enquesta Social Europea, en la 8a edició (ESS, 2018), va dedicar un apartat a les "Actituds davant el canvi climàtic i l'energia a Europa" en què es mostrava que el 95,8% de la població espanyola pensava que el clima estava canviant i el 95,7% considerava que aquest canvi era a causa de l'activitat humana. No només això, sinó que el 87,9% creia que el canvi climàtic comportaria impactes negatius (vegeu taula 1). Cal remarcar que aquestes respostes, quan es comparen amb la resta de països representats a l'enquesta, presenten

els percentatges de preocupació més elevats de tots. Tot semblaria indicar que la preocupació pel canvi climàtic gaudeix d'una estranya unanimitat entre la població espanyola, deixant poc espai al negacionisme o a l'escepticisme.

Els reiterats informes especials sobre les percepcions del canvi climàtic que ha publicat l'Eurobaròmetre aporten dades força similars (Comissió Europea, 2015, 2017, 2019 i 2021). Per exemple, a la pregunta "Com de greu creu que és el problema del canvi climàtic?", la població espanyola respon que ho és molt, amb percentatges entre el 80 i el 90%, unes xifres sempre superiors a la mitjana europea (que oscil·laria entre el 70 i el 80%). Només un 3 o 4% de la població espanyola consideraria que no és gens greu (uns valors que, en el cas europeu, se situen entre el 6 i el 8%) (vegeu taula 2).

Tot semblaria indicar que el canvi climàtic és quelcom que preocupa molt. Almenys quan es pregunta de manera abstracta i anònima, que és el que fan les enquestes. No obstant això, no sembla que la preocupació vagi acompanyada de canvis que permetin detectar una modificació en el rumb de les coses. No en va, l'evolució dels indicadors ambientals (generació de residus, con-

Taula 1. Creences sobre la realitat, causes i impactes del canvi climàtic

	Respostes a l'Estat espanyol (%)	País amb el % més alt	País amb el % més baix
El clima probablement o segurament està canviant	95,8	Islàndia (97,7)	Rússia (82,2)
El canvi climàtic és almenys parcialment causat per l'activitat humana	95,7	Estat espanyol (95,7)	Lituània (82,7)
Els impactes del canvi climàtic seran dolents	87,9	Estat espanyol (87,9)	Israel (58,1)

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta Social Europea, 8a edició (ESS, 2018)

Taula 2. Com de greu creu que és el problema del canvi climàtic? (En percentatges)

		2015	2017	2019	2021
Molt greu	Estat espanyol	79	86	89	81
	Unió Europea	69	74	79	78
Força greu	Estat espanyol	16	9	7	14
	Unió Europea	22	18	14	15
Gens greu	Estat espanyol	4	3	3	4
	Unió Europea	8	6	6	7
No ho sap	Estat espanyol	1	2	1	1
	Unió Europea	1	2	1	0

Font: Eurobaròmetres especials sobre canvi climàtic (n. 435, 459, 490 i 513)

Taula 3. Composició dels dos grups de reflexió iterativa

	GRUP A (conscienciats)	GRUP B (escèptics)
Nombre de participants	7 (5+2) (Una persona només va participar en les sessions 1 i 2 i una altra només en la sessió 1)	8
Sexe	3 dones i 4 homes	4 dones i 4 homes
Rang d'edat	20 a 45 anys	46 a 66 anys
Nivell d'estudis	Mitjà/alt	Mitjà/baix
Situació laboral	5 ocupen càrrecs professionals i tècnics qualificats (en serveis educatius, comercials, audiovisual i industrial), 1 persona és cambrera i 1 està en atur	5 treballen com a personal poc qualificat en el sector de la confecció, menjadors escolars, magatzems industrials i construcció, 1 és instal·ladora d'aire condicionat com a autònoma i 2 estan en atur de llarga durada
Lloc de residència	Barcelona i voltants	Barcelona i voltants

Font: Espluga Trenc *et al.* (2019)

sums energètics, emissió de gasos d'efecte hivernacle, etc.) tendeix a augmentar (IPCC, 2022). Hi ha molts motius per explicar aquest *gap* o distància entre el que la gent pensa i el que fa, en particular molts factors estructurals, però aquí ens centrarem a analitzar les dinàmiques vinculades als processos de percepció del fenomen.

Amb aquesta finalitat, emprarem els resultats d'una recerca sobre recepció pública dels mitjans de comunicació que vam fer a Barcelona mentre se celebrava la Cimera del Clima de París (COP21), el desembre del 2015 (Espluga Trenc *et al.*, 2019). La recerca formava part d'una investigació més àmplia sobre l'ús mediàtic de les metàfores en els conflictes socials¹ i va constar de dues parts. D'una banda, es van analitzar notícies de premsa sobre la Cimera de París aparegudes en tres diaris generalistes (*La Vanguardia*, *El País* i *El Mundo*) els dies que va durar la COP21 (dues setmanes de desembre del 2015). D'altra, es van organitzar dos grups de discussió iteratius (Prades *et al.*, 2017), un amb persones preocupades pel canvi climàtic (grup *conscienciat*, N = 7) i un altre amb persones escèptiques (grup *escèptic*, N = 8) (vegeu-ne la composició a la taula 3). Per definir els grups, durant el reclutament es va passar un breu qüestionari que incloïa l'escala d'escepticisme de Rahmstorf (2004), Whitmarsh i O'Neill (2010) i Dunlap *et al.* (2000). A més a més, dins de cada grup es va intentar mantenir una certa diversitat respecte a variables sociodemogràfiques com ara l'edat i el sexe. Pel que fa a nivell educatiu, el grup de conscienciats tenia un nivell més alt que el grup d'escèptics, tot i que, d'entrada, aquesta variable no es va controlar.

La dinàmica dels grups va seguir el mètode STAVE (Eina Sistemàtica per Validar i Explorar Assumpcions de Comportament, per les sigles en anglès), basat en una modalitat híbrida de grup de discussió, combinat amb una sèrie de mecanismes dissenyats per promoure una reflexió iterativa sobre les diferents dades i discursos generats per les persones participants. La dinàmica del grup utilitza un conjunt de materials d'estímul que inclou mapes d'idees, notícies simulades, exercicis d'assignació de recursos i qüestionaris breus per registrar la identificació personal amb

diferents aspectes relacionats amb l'objecte d'estudi (el canvi climàtic, en aquest cas). Es preparen, a més, activitats individuals fora del grup, com ara una sèrie de diaris personals dissenyats per vincular les pràctiques quotidianes amb les converses grupals (Horlick-Jones i Prades, 2014; Espluga *et al.*, 2016; Prades, Espluga i Horlick-Jones, 2017).

Cada grup es va reunir tres vegades durant el mes de desembre del 2015 (dies 1, 10 i 22), en paral·lel al desenvolupament de la COP21, celebrada a París entre el 3 i el 10 de desembre d'aquell any. En la primera reunió, es va proposar a les persones participants una discussió lliure que els permetés parlar de la manera més espontània possible sobre el canvi climàtic. Per dinamitzar la reunió, es van plantejar diversos tipus de preguntes estratègiques per respondre de manera individual, que es van debatre de manera col·lectiva. En acabar la reunió, de dues hores de durada, es va proporcionar a les persones participants una mostra de 10 textos periodístics (informatius i d'opinió) sobre el canvi climàtic apareguts en la premsa els tres dies previs a la reunió. Al llarg de la setmana següent, se'ls va trucar per telèfon diàriament per demanar-los les seves opinions i reflexions. La intenció era permetre que poguessin pensar en aquelles notícies amb calma, en el seu entorn quotidià, comentar-les amb familiars o persones properes, contrastar-les amb altres fonts, etc. D'aquesta manera, s'aconseguia anar més enllà dels simples estereotips sobre la temàtica i es propiciava que es formulessin raonaments més elaborats, generats per les persones en el seu context quotidià (Alaszewski, 2006).

En la segona reunió, es van sistematitzar i van posar en comú totes les opinions i reflexions recollides durant la primera trobada del grup i les trucades telefòniques diàries, i se'n va debatre el sentit i la pertinència més gran o més petita en cada cas, intentant identificar diferents maneres d'interpretar les problemàtiques analitzades. Es van tornar a utilitzar les tècniques de dinamització (pòstits, lectura de diaris, etc.), per procurar que emergissin els punts de vista de totes les persones participants i les seves argumentacions

1. "El paper de la metàfora en la definició i percepció social de temes conflictius. Institucions, mitjans i ciutadania", dirigida por Arantxa Capdevila (Estudis de Comunicació de la URV) i finançada pel Plan Nacional de Investigación Científica, Ministeri d'Economia i Competitivitat (CSO2013-41661-P).

respectives. Després de la segona reunió, se'ls va proporcionar una llista amb les metàfores més emprades en la premsa per referir-se a aquests temes, que l'equip investigador ja havia detectat i analitzat prèviament durant el transcurs de la COP21. Aquesta llista incloïa les diferents metàfores il·lustrades amb diverses frases que en contextualitzaven l'ús concret per part dels mitjans. Al llarg de la setmana posterior, de nou, se'ls va anar trucant per telèfon (diàriament) per

demanar-los reflexions meditades sobre aquelles metàfores, després d'haver-los donat l'oportunitat per poder-les discutir amb familiars o persones properes. Finalment, en la tercera reunió, es va posar en comú tot allò que els dos grups de participants havien anat expressant els dies previs, es va fer un debat final i es va dissenyar un procés per construir entre tots les narratives subjacents a les principals metàfores identificades en la premsa.

3. La lògica subjacent a les percepcions socials del canvi climàtic

Ambdós grups, el de les persones convençudes de la gravetat del canvi climàtic i el de les escèptiques, es van implicar en un procés amb moments de reflexió conjunta i individual. L'aplicació del mètode STAVE ens va permetre observar de manera quasi-etnogràfica com aquestes persones anaven elaborant els seus raonaments al llarg del procés.

3.1. LA PROGRESSIVA CONVERGÈNCIA ENTRE CONSCIENCIATS I ESCÈPTICS

D'entrada, i com era esperable, els dos grups van partir d'una postura molt diferent davant del canvi climàtic, amb unes persones molt convençudes de la gravetat de l'assumpte i d'altres de totalment escèptiques. Així, per exemple, en la primera reunió de cada grup, es va demanar a les persones participants que escrivissin tres o quatre paraules que relacionessin amb el canvi climàtic. Allò que el grup *conscienciat* va esmentar més van ser coses com ara alteracions climàtiques ("canvi de temperatures", "absència d'estacions"), problemes potencials amb l'aigua ("sequeres", "escassetat", "desglaç"), fenòmens atmosfèrics ("ozó" i "efecte hivernacle"), catàstrofes naturals ("terratrèmols", "tsunamis") i alteracions ecosistèmiques ("desforestació", "pèrdua de biodiversitat", "destrucció"). Cal destacar que només una de les imatges que van associar al canvi climàtic tenia a veure de manera explícita amb possibles impactes en la salut (humana) ("efectes nocius per a la salut").

En canvi, els participants del grup *escèptic* van escriure una llista sensiblement diferent. D'entrada, van compartir amb l'altre grup algunes mencions al "desglaç de glaceres", a fenòmens extrems ("inundacions") i atmosfèrics ("capa d'ozó") i, fins i tot, a un efecte sobre la salut humana ("càncer de pell"). Igual que el grup anterior, i malgrat no haver-ho explicat en les paraules escrites, en la deliberació subsegüent van parlar també d'alteracions climàtiques:

"Abans, per Sant Joan, me n'anava a la platja, i ara no hi ha déu que hi vagi. No fa ni primavera ni tardor; només hivern i estiu."
(Grup *escèptic*, 1a reunió)

"D'aquí a uns anys, els abrics només els podran portar a Anglaterra, perquè aquí ens quedarà un clima que no caldran."
(Grup *escèptic*, 1a reunió)

Però el que crida l'atenció és que les persones participants del grup *escèptic* van expressar conceptes molt més extrems i polaritzats. Així, per exemple, d'una banda, van fer nombroses referències a situacions catastròfiques ("planeta destruït", "molta foscor", "el sol no existirà", "desastre", "horror", etc.), mentre que, d'una al-

tra, es van dedicar a posar en dubte la realitat del canvi climàtic mitjançant conceptes que remetien a l'escepticisme ("alarmisme", "exageració", "és un muntatge", "catàstrofes n'hi ha hagut sempre", etc.). És a dir, expressaven una posició contradictòria i un discurs dissonant, i potser per això van acabar per afegir-hi una sèrie de termes que expressaven una clara incomoditat individual amb el debat sobre el canvi climàtic ("egoisme", "mala educació", "deixadesa", "culpable", "malestar", "por", etc.). És a dir, en conjunt s'observava que en aquest grup es produïa una convergència curiosa entre: i) conceptualitzar el canvi climàtic en termes catastròfics, ii) qüestionar la mateixa existència del problema i iii) sentir-se incòmode, culpable o culpabilitzat.

En tot cas, l'escepticisme respecte al canvi climàtic va ser molt present en la deliberació que aquest grup va dur a terme durant la sessió. Per exemple, van tendir a negar l'existència del canvi climàtic atribuint els possibles indicis disponibles al funcionament normal de la naturalesa (cicles naturals). O bé van considerar que el canvi climàtic no és creïble perquè disposem de sèries temporals massa curtes.

"Però crec que no existeix, que sempre ha passat això [...]. Qui no et diu que demà hi hagi una nevada i, així com ara s'estan fonent les glaceres, després es formin una altra vegada?" (Grup escèptic, 1a reunió)

"Veus una glacera a la televisió, a *National Geographic*, que es trenca sencera i cau. Però jo no crec que això... [...] No sé si ha passat sempre. [...] No hi ha informació de fa mil anys o dos mil anys. Això és de creure-ho o no creure-ho. Aquesta és la veritat." (Grup escèptic, 1a reunió)

La metodologia iterativa utilitzada permet anar més enllà dels estereotips i heurístics que aquestes persones han fet servir per parlar d'uns fenòmens que, en general, no perceben de manera tan directa en l'entorn immediat. En aprofundir en la discussió, es va produir un curiós fenomen: encara que, d'entrada, tots dos grups partien d'un

enfocament força diferent, a mesura que avançava el debat, les postures s'anaven modificant i, d'alguna manera, tendien a convergir.

Així, a mesura que es desenvolupava la deliberació, les persones del grup *conscienciat* anaven fent emergir cada vegada més dubtes que portaven a relativitzar els arguments inicials. Per exemple, durant la discussió, van ser conscients que rarament havien tingut experiències i coneixements directes sobre el canvi climàtic i que, d'alguna manera, estaven en mans d'allò que els mitjans de comunicació els volguessin transmetre. També van arribar a concloure que al voltant del canvi climàtic hi ha una xarxa d'interessos que no aconseguien identificar amb claredat, cosa que els portava a desconfiar de les seves fonts.

"Fins a quin punt sabem si realment aquestes inundacions són pel canvi climàtic o per estudis d'anys i anys i anys? Potser passaria *igualmente* i ens estan venent una informació que no sabem [si és certa]." (Grup conscienciat, 1a reunió)

"Tot el que has dit tu ho subscric. Ens assabentem de la missa la meitat. Els mitjans de comunicació estan al servei de... Al servei del poder econòmic." (Grup conscienciat, 1a reunió)

A partir d'aquests postulats, les persones del grup *conscienciat* es van mostrar progressivament més ambigües, de manera que, tot i que continuaven reconeixent que hi ha un problema, al final no s'atreuen a afirmar-ho amb rotunditat. Progressivament, van adoptar una postura més cauta i allunyada de l'estereotip inicial. De manera similar al que passava en el grup *escèptic*, en aquest grup van aparèixer també dubtes sobre si es tractava d'alguna cosa nova o d'un fenomen cíclic, i per tant natural. Fins i tot, van suggerir que el canvi climàtic podria ser el resultat d'una estratègia premeditada, per afavorir certes activitats econòmiques (turisme) o per desviar l'atenció mediàtica d'altres temes més importants. Res no feia presagiar al principi del procés que el grup *conscienciat* acabaria abonant cer-

tes tesis conspiranoiques sobre el canvi climàtic, però la incertesa, desconfiança i opacitat del fenomen sembla que va contribuir en aquest gir.

“És tot molt complicat. Hi ha molts interessos pel mig. No sé fins a quin punt això està provocat pels qui els interessa.” (Grup *conscienciat*, 1a reunió)

El més curiós és que el grup *escèptic* va experimentar un procés similar, si bé en direcció contrària, cosa que reforçaria la hipòtesi de l'opacitat amb què es percep el canvi climàtic. Tot i la contundència inicial del seu escepticisme (de vegades, directament alineada amb el negacionisme), també es van produir canvis de posicions. Per exemple, arran de la discussió mantinguda durant la primera reunió de grup, en la segona, algunes persones van assegurar que s'havien informat millor i van modificar la seva argumentació.

“Amb moltes coses, ja no hi estic d'acord. M'he informat més que el dia anterior. [...] Estic d'acord amb la paraula *negoci*, ja que l'ésser humà el porta intrínsec. Sempre que hi ha una catàstrofe, darrere hi ha un negoci. A Haití, per exemple, hi va haver empreses que es van beneficiar en anar a arreglar aquest país. Però que [el canvi climàtic] sigui una “exageració”, no hi estic d'acord. I amb això que “no existeix”, tampoc no hi estic d'acord. A mesura que passen els dies, ho veus, dels records que tens de quan érem petits [...]” (Grup *escèptic*, 2a reunió)

Fins i tot afirmaven que ja no necessitaven proves fefaents per creure en el canvi climàtic. És a dir, apel·laven a una mena de creença, en sentit literal.

“Creure-ho, sí que ho crec, però una altra cosa són les evidències, que no sé si són prou [bones].” (Grup *escèptic*, 2a reunió)

Per justificar l'aparent contradicció entre afirmar que les institucions i els mitjans de comunicació exageren la importància del canvi climàtic i la creença que, en el fons, potser és un fenomen real, els membres del grup *escèptic* elaboren un raonament pel qual es tractaria d'una estratègia deliberada impulsada per les institucions per afavorir que la gent en prengui consciència i així estigui més predisposada a acceptar canvis.

3.2. DESCONFIAI DE LA CATÀSTROFE?

D'acord amb els debats fets, definir el canvi climàtic en termes de “catàstrofe” va comportar un cert desinterès per part del públic. Això quedava molt clar en el grup *escèptic*, que, alhora que emprava una gran quantitat d'apel·latius catastròfics per definir-lo, tendia a qüestionar la rellevància del problema. Però passava una cosa semblant amb els raonaments del grup *conscienciat*, en què interpretar el canvi climàtic en termes de “catàstrofe” contribuïa a desplaçar el problema a una esfera poc convincent o irreal.

“I si et parlen de catàstrofe llavors la gent pensa que no n'hi ha per tant.” (Grup *conscienciat*, 2a reunió)

“Jo no diria catastròfic, perquè el treu de la realitat.” (Grup *conscienciat*, 2a reunió)

Això planteja el dilema de com tractar comunicativament el canvi climàtic. Com fer versemblant la urgència que científics, grups ambientalistes i alguns polítics estan expressant? Els resultats aquí obtinguts mostren que potser no és bona idea emmarcar-ho en termes de catàstrofe. El raonament subjacent és que, quan alguna cosa es defineix com a molt catastròfica, tant és el que es faci, sempre serà insuficient i, per tant, és millor no fer res, fins i tot és millor no fixar-s'hi. És a dir, tot i que hi hagi prou dades científiques per justificar-ho, plantejar-ho en termes de catàstrofe pot comportar dificultats comunicatives i afavorir que la població se'n desentengui. És un mecanisme defensiu recurrent en aquest tipus de situacions, tal com hem pogut observar en investigacions prèvies amb persones exposades a riscos, que sovint justifiquen la seva passivitat

dient que si el risc és tan elevat no val la pena fer res (Espluga *et al.*, 2014). Quelcom que cal tenir molt en compte des del punt de vista comunicatiu.

Una altra contradicció que es presenta en els discursos dels dos grups és la que perceben entre la urgència i el desinterès. D'una banda, en part per les imatges catastròfiques amb què es tendeix a il·lustrar, l'acció contra el canvi climàtic es considera una qüestió urgent:

“Moderador: Dieu que arribar a un acord vinculant és urgent. Realment hi ha una sensació d'urgència?”

H: Total.

H: Per a la gent, sí, però [per] als polítics, no.”

(Grup *conscienciat*, 1a reunió).

Però, d'altra banda, ahora que reconeixen l'existència del canvi climàtic, aquestes mateixes persones s'afanyen a constatar que no és un tema prioritari per a la majoria de la població:

“La gent prioritza altres coses [no el canvi climàtic]. Prioritza tenir menjar, tenir una casa, tenir una estabilitat... En una setmana, he perdut la feina, he tingut una baixa i m'han fet fora, al carrer, per una misèria. El que vull és trobar feina; és el que prioritzo. Has de prioritzar unes coses en el teu dia a dia, però no has de renunciar a unes altres. Per mi, és un problema polític.” (Grup *conscienciat*, 2a reunió)

De fet, també perceben que tampoc no és una cosa prioritària per al sistema polític, com veurem més endavant en analitzar la interpretació que es va fer de les metàfores mediàtiques, en què la sensació d'urgència xoca amb la lentitud i parsimònia amb què es plantegen les respostes polítiques, cosa que dona poca versemblança al discurs polític i mediàtic.

Tot plegat genera, entre les persones d'ambdós grups, una contradicció difícil de gestionar indi-

vidualment, una mena de dissonància cognitiva per la qual es creu que s'hauria de fer una cosa mentre que se'n fa una altra. Això podria explicar, en part, el fatalisme i la passivitat amb què s'observa el canvi climàtic i tot allò que l'envolta, incloses les cimeres de les COP, malgrat l'ampli desplegament mediàtic que les sol acompanyar.

Finalment, entre les persones participants en tots dos grups sembla clar que ni les institucions governamentals ni les empreses o corporacions econòmiques els ofereixen gaire confiança com a fonts d'informació, principalment perquè sovint perceben els seus comportaments com a poc congruents o massa sensibles a interessos particulars, no sempre respectuosos amb el medi ambient. Tot sembla indicar que la població se sent molt vulnerable davant de la informació que li arriba a través de les diverses fonts, una informació que es percep com a fàcilment manipulable. Però, ahora, observen que per ser conscients del canvi climàtic no tenen cap altre remei que dependre de la informació que científics i institucions els puguin transmetre. Es produeix, per tant, una situació que els estudis de percepció de riscos han definit com d'ignorància activa, un concepte que remet a aquelles situacions en què la manca d'agència dels actors o la seva dependència excessiva respecte d'altres actors fa que prefereixin no tenir més informació sobre un risc o desentendre-se'n i assumir l'exposició al risc com una fatalitat davant la qual no val la pena fer res (vegeu Espluga Trenc *et al.*, 2009, 2014).

4. Percepció de les polítiques contra el canvi climàtic

Pel que fa a les maneres d'afrontar el canvi climàtic, tant el grup *conscienciat* com l'*escèptic* van coincidir en la necessitat de polítiques públiques d'impuls d'infraestructures com ara transport públic, energies renovables, etc., així com la necessitat de fomentar l'estalvi d'energia i d'aigua, la reducció de residus, etc. En canvi, van discrepar mútuament sobre la conveniència o no de mesures polítiques per afavorir la conscienciació de la població, el canvi d'actituds i la promoció d'estils de vida diferents. Mentre que el grup *conscienciat* tendia a considerar que aquestes mesures són necessàries, encara que puguin generar resistències, des del grup *escèptic* es tendia a veure-les com a poc útils, ja que percebien que la gent no estarà disposada a canviar la manera de viure. Des del grup *escèptic*, es considerava que les persones i les institucions que proposen aquestes polítiques incorren en una certa hipocresia, ja que sospitaven que fingeixen qualitats o sentiments contraris als que veritablement tenen. És a dir, no consideraven possible que hi hagués gent disposada a canviar de model social o de vida.

“Els canvis sempre fan por. Creiem que estem bé com estem perquè ens diuen que s'està molt bé. [...] No et creguis tot el que veus. Cal tenir esperit crític.” (Grup *conscienciat*, 1a reunió)

“Volem moltes coses, però a cost zero. [...] Encara que acceptem que el canvi climàtic és una realitat, no és fàcil actuar-hi, perquè les mesures que caldria prendre van en contra del nostre model de vida. I la resta dels països del món voldran tenir les mateixes oportunitats que han tingut els occidentals, i hi tenen dret.” (Grup *escèptic*, 1a reunió)

En aquest sentit, el que semblaria diferenciar els dos grups, més que la seva posició respecte al canvi climàtic, és que un (el de persones *conscienciades*) estaria disposat a canviar de forma de vida, mentre que l'altre (el de persones *escèptiques*) preferiria no fer-ho, o els seus components perceben que els

costos de transició serien inassolibles per a elles en les circumstàncies actuals. Aquestes actituds diferents davant del canvi climàtic reflectirien, en certa manera, la seva adhesió a una determinada cosmovisió, a un determinat model socioeconòmic o a una determinada orientació ideològica. Cal tenir present, a més, que ambdós grups tenen una composició socioeconòmica i educativa diferent, cosa que també podria influir en la capacitat més gran o més petita d'assumpció dels costos de transició. En aquest sentit, les persones del grup amb menys estatus percebrien més dificultats i expressarien més resistències al canvi.

No només això, sinó que tots dos grups coincideixen en la manca de poder de la ciutadania per exigir mesures a governs i a empreses, però discrepen en les conseqüències d'aquesta afirmació. Mentre que per al grup *escèptic* és impossible exigir res, el grup *conscienciat* creu que sí que seria possible exigir canvis si les institucions i sistemes polítics funcionessin com cal. D'aquesta manera, el canvi climàtic posa sobre la taula la qüestió del grau de democràcia de les nostres institucions, una qualitat que les persones *conscienciades* creuen que es pot millorar, mentre que les *escèptiques* tendeixen a dubtar-ho. El fatalisme i la passivitat detectats davant del canvi climàtic són més presents en el grup *escèptic*, mentre que el *conscienciat* podria arribar a passar a l'acció si les circumstàncies o el context els ho permetessin o els fossin més favorables. El cas és que, ara per ara, les persones dels dos grups interpreten el canvi climàtic com una cosa llunyana, aliena a la seva possibilitat d'actuar i la solució de la qual es troba en mans d'institucions més o menys abstractes, com ara governs, països, estats, grans empreses, ONG, etc.

Aquests resultats tenen certes implicacions comunicatives. D'entrada, la comunicació sobre el canvi climàtic no hauria de ser igual per a tothom, sinó que probablement caldria segmentar-la perquè la recepció que en fan diversos grups socials respon a lògiques i marcs conceptuals molt diferents. D'on surten aquests tipus de percepcions? Atès que, en sentit estricte, gairebé ningú no té una experiència directa del canvi climàtic i es depèn bàsicament de la informació que ofereix la ciència i que vehiculen els mitjans de comunicació, haurem de convenir que és l'esfera mediàtica la que ha transmès aquesta manera de definir el problema. Per això és rellevant veure com han tractat aquest tema els mitjans.

5. Les metàfores usades per la premsa

La metàfora és l'eina retòrica més utilitzada per parlar de coses de les que no tenim referències directes, per transmetre idees sobre coses que no coneixem directament. La comunicació del canvi climàtic en va plena, com no podia ser d'altra manera.

La metàfora juga un doble paper, tant cognitiu (Lakoff i Johnson, 1980) com persuasiu (Eco, 1993; Mio, 1997). Des d'un punt de vista cognitiu, la metàfora té un paper clau en la construcció de la realitat social i política a través dels discursos, ja que ajuda a entendre el món on es viu en permetre conèixer una realitat nova (com ara el canvi climàtic) a partir de realitats ja conegudes (Mio, 1997; Musolff, 2004). Des d'un punt de vista persuasiu, s'utilitza per proveir de marcs cognitius les diferents perspectives per definir els problemes socials (Charteris-Black, 2004). Se sustenta en l'analogia que s'estableix entre el concepte que es vol explicar (*target domain*) i el que s'empra per explicar-ho (*source domain*), de manera que si una determinada visió és accepta-

da i compartida per al segon, també ho serà per al primer (Perelman i Olbrechts-Tyteca, 1994). Tant el paper cognitiu de la metàfora com el persuasiu es dirigeixen clarament a aconseguir que l'opinió pública "vegi" una qüestió social d'una manera determinada i "actui" en conseqüència.

En la nostra recerca, vam analitzar totes les notícies que van aparèixer en la premsa seleccionada (*El País*, *El Mundo* i *La Vanguardia*) sobre el *target domain* "canvi climàtic" les dues setmanes que va durar la Cimera de París del desembre del 2015. Analitzant les metàfores que hi sortien, vam poder veure que els principals *source domains* per referir-se al canvi climàtic eren els de "guerra-conflicte-batalla" i els de "camí-moviment-velocitat", seguits a certa distància pels de "joc-esport" i "tecnologia-construcció", i en mesura molt més petita pels vinculats a "religió-creença", "vida-salut-fortalesa", "natura-clima" i d'altres encara més minoritaris (vegeu taula 4). Tots aquests *source domains* formen part dels que Musolff (2004) proposa com

Taula 4. Nombre de metàfores sobre el canvi climàtic (*target domain*), classificades per *source domain*

Source domain	N
Guerra-conflicte-batalla	26
Camí-moviment-velocitat	20
Joc-esport	11
Tecnologia-construcció	9
Vida-salut-fortalesa	5
Religió-creença	4
Natura-clima	2
Actuació-cinema-xou	1
Economia-negoci	1
Amor-família-amistat	1
Total	80

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de premsa

els àmbits metafòrics (*superdomain*) clàssics del discurs polític. Com veurem, es tracta d'una sèrie de metàfores entrelaçades que donen forma a un discurs força homogeni en la representació mediàtica del canvi climàtic.

a. *Metàfores bèl·liques*

Termes com ara *amenança, treva, desafiament, lluita, batalla, arma, assetjament, impacte*, etc., són els més freqüents per parlar metafòricament del canvi climàtic. Alguns exemples il·lustratius de les frases en què se citen són els següents:

“El cambio climático es la mayor **amenaza** a nuestra seguridad nacional” (*La Vanguardia*, 20-11-2015, p. 33).

“Menos carbón y más renovables dan **treva** al planeta en el 2015” (*La Vanguardia*, 08-12-2015, p. 34).

“EEUU «asumirá su responsabilidad» ante este **desafío**” (*El Mundo*, 01-12-2015, p. 24).

“La **lucha** contra el calentamiento global ya no admite más prórrogas” (*El Mundo*, 29-11-2015, p. 4).

“[...] mandatarios dispuestos a dar esta **batalla** [...]” (*El País*, 01-12-2015, p. 3)

“El asunto del cambio climático se ha colado como un **arma** afilada en una campaña electoral centrada en una previsible revolución en el arco parlamentario [...]” (*El País*, 06-12-2015, p. 80)

b. *Metàfores de moviment*

Aquestes metàfores s'observen a través de l'ús de termes com ara *alentir, pausa, frenar, recórrer, punt de no retorn, camí, ensopegar, direcció correcta, accelerar, tirar a sobre, contenir i regnes*. La manera d'utilitzar-los es pot veure en els exemples següents:

“El argumento de que el calentamiento había sufrido una **pausa** [...]” (*La Vanguardia*, 29-11-2015, p. 40).

“[...] exigir un compromiso real y efectivo para **frenar** el cambio climático [...]” (*El Mundo*, 02-12-2015, p. 24).

“[...] un problema común que **recorre** el planeta [...]” (*El País*, 30-11-2015, p. 4).

“Se necesita un pacto creíble, que **contenga** el calentamiento climático por debajo de 2 °C o de 1,5 °C [...]” (*La Vanguardia*, 01-12-2015, p. 33).

“[...] porque suyas son las **riendas** del clima del planeta” (*La Vanguardia*, 08-12-2015, p. 34).

“[...] en el proceso de cambio nos **tropezamos** con intereses creados” (*El País*, 30-11-2015, p. 11).

“[...] las orillas del golfo Pérsico van **camino de** hacerse inhabitables” (*El País*, 04-12-2015, p. 12).

c. *Metàfores esportives*

Des d'aquesta àrea semàntica, s'observen metàfores identificades amb termes com ara *jugar, joc, rècord, superar el llistó, pròrroga, repte, meta, desafiament, laberint*, etc.:

“[...] todos los **récords** en materia de temperaturas, concentración de CO2 [...]” (*La Vanguardia*, 01-12-2015, p. 33).

“[...] para final de siglo, una cifra que **supera el listón** de los 2 °C que marca la barrera de la seguridad climática según los científicos” (*La Vanguardia*, 08-11-2015, p. 35).

“La lucha contra el calentamiento global ya no admite más **prórrogas**” (*El Mundo*, 29-11-2015, p. 4).

“El futuro del planeta nos lo **jugamos** en las ciudades” (*El Mundo*, 30-11-2015, p. 28).

“El clima de la Tierra, en **juego**” (*La Vanguardia*, 29-11-2015, p. 40).

En definitiva, la imatge que s'ofereix des dels mitjans analitzats sobre el canvi climàtic és la d'una lluita, que es presenta com un joc o aposta, sobre alguna cosa que està en moviment i que cal frenar, contenir o posar sota control.

6. Interpretació de les metàfores per part del públic

Entre la segona i la tercera reunió dels grups, es van seleccionar les metàfores principals amb què la premsa parlava del canvi climàtic i es va demanar a les persones participants que les valoressin de manera individual. Cada dia, durant una setmana, l'equip investigador va contactar-hi per demanar-los les seves opinions i valoracions sobre les metàfores. En concret, se'ls demanava que escollissin quina de les metàfores, obtingudes a partir de l'anàlisi de premsa, creien que representava millor allò que les notícies volien expressar, d'acord amb el seu punt de vista, i que raonessin la resposta. En la tercera i última reunió dels grups, l'equip investigador va presentar una síntesi de totes aquestes valoracions per debatre-les amb els participants. D'aquesta manera, es va generar un espai per al raonament col·lectiu a partir del qual poder entendre com el públic interpretava les metàfores aparegudes en la premsa. Un cop fet aquest debat conjunt, es va demanar a les persones participants en cada grup que desenvolupessin la narrativa subjacent a les principals metàfores identificades.

Perquè hi hagi una narrativa cal identificar els elements clàssics de qualsevol relat: les accions, els actors, les relacions que s'hi estableixen, una certa estructura, etc. Aquí hem seguit el model actancial proposat per Greimas (1987), que s'articula a través de tres parelles principals d'actants —destinador/destinatari, subjecte/objecte, ajudant/oponent— i permet identificar de manera simplificada els diferents papers i accions que els personatges empren en una narració. La seqüència narrativa canònica distingeix quatre fases elementals: 1) la de contracte, en què es donen les condicions que impulsen l'acció; 2) la de competència, en què el subjecte (l'heroi) adquireix les habilitats que necessita per dur a terme l'acció; 3) la d'actuació o acció, en què el subjecte es transforma, i 4) la de sanció o reconeixement, en què es visibilitzen les conseqüències de l'acció. Vam proposar a les persones participants en cada grup una sèrie de preguntes clau que permetessin desenvolupar les quatre fases de la narrativa per a cada metàfora. Les preguntes incloïen coses com: Quin tipus de situació és? Què es pretén aconseguir? Qui inicia la situació? Hi ha algú o alguna cosa que inciti a prendre aquesta decisió? Per què decideix actuar? Hi ha algú o alguna cosa que l'ajudi? Hi ha

algú més que rivalitzi per dur a terme aquesta decisió? Qui s'oposa a la situació? Per què? Qui ajuda l'oponent? (Si hi és,) hi ha algú que surt beneficiat pel resultat de l'acció? L'acció és premiada o sancionada? Per qui i com?

Aquest esquema narratiu es va aplicar a les metàfores de “lluita-conflicte-batalla”, “camí-moviment-velocitat” i “joc-esport”, ja que eren les més presents en les definicions sobre el canvi climàtic que van fer els mitjans de comunicació analitzats. De manera sintètica, la construcció de narratives per part de les persones participants en els grups de discussió va permetre concloure el següent (l'anàlisi detallada es pot veure a Espuga Trenc *et al.*, 2019):

- a. Concebre el canvi climàtic com una “lluita-conflicte-batalla” és complicat per a les persones participants en els grups, ja que els costa identificar de quin tipus de lluita es tracta, quins són els actors en conflicte, etc. (Hi ha dubtes sobre contra qui es lluita concretament, fins al punt que valoren la possibilitat que siguem nosaltres els que lluitem contra el planeta, o que sigui el planeta qui estigui lluitant contra nosaltres.) La ciència aquí sembla que té un paper d'ajudant d'un “heroi” que ningú no veu (perquè no és clar qui pot ser). No obstant això, tothom considera que és una metàfora que comporta una alta càrrega emocional, que sembla interpel·lar les persones perquè actuïn, però que, al mateix temps, no clarifica res sobre el que s'hauria de fer, de manera que serviria bàsicament per fer la sensació que s'està fent alguna cosa sense tenir gaires conseqüències pràctiques.
- b. Concebre el canvi climàtic en termes de “camí-moviment-velocitat” porta a una narrativa sense herois ni dolents, sense causes ni efectes, en què els únics actors que es perceben amb claredat són els incitadors (científics) i els qui hi donen suport (moviments socials), però sense protagonistes (“herois”) clars. Tot i això, sí que es percep que hi ha uns oponents (les empreses beneficiàries del model de combustibles fòssils) i uns rivals (les indústries verdes). El paper dels governs en aquesta narrativa és ambigu: d'una banda,



es veuen com els que haurien d'ocupar el paper d'"herois", afrontant i reconduint el canvi climàtic, però, de l'altra, es perceben com uns actors que donen suport als oponents (les empreses contaminants). A més, encara que es preveuen polítiques de sancions per als oponents, es percep que rarament s'arriben a aplicar, cosa que reforça l'ambigüitat del paper dels governs. Finalment, les persones participants perceben que el conjunt de la ciutadania no sembla que tingui cap paper rellevant en el relat.

- c. Concebre el canvi climàtic en termes lúdics o esportius ("joc-esport") implica entendre'l com un joc d'estratègia i de poder. La mateixa COP es percep com un joc amb regles preestablertes que certs jugadors (els més poderosos) poden vulnerar sense gaires problemes. D'acord amb les persones participants en els grups, l'objectiu del joc sembla ser reaccionar a les pressions de científics, de moviments socials i de certa premsa, organitzant un gran aparador que dona tot el protagonisme als governs. D'aquesta manera, la COP es veu com un espai de reparti-

ment de poder global, que, en el millor dels casos, podria contribuir a una reestructuració ordenada del model de desenvolupament de les societats contemporànies. Aquí, el paper de la ciutadania queda exclòs del joc, que només sembla accessible als grans actors institucionals.

Atès que aquestes són les tres principals metàfores utilitzades per la premsa per parlar del canvi climàtic durant el període analitzat, caldria concloure que donen forma a una narrativa que no contribueix gaire a clarificar el fenomen i tot allò que l'envolta (les polítiques, etc.). És un relat que desdibuixa les causes del canvi climàtic i atorga tot el protagonisme als actors institucionals, principalment els governs, alhora que n'exclou la ciutadania, a la qual no se li reserva cap paper actiu en la narració. És, per tant, una narrativa desmobilitzadora, basada en unes metàfores que semblen útils per als actors més poderosos (governos, organitzadors de les COP, etc.), als quals permeten advertir dels riscos i alhora guanyar temps per intentar mantenir les estructures bàsiques de la situació actual (que han generat el problema).

7. Implicacions per als moviments socials

Els resultats obtinguts en aquesta recerca mostren les limitacions de les formes de comunicació més habituals del canvi climàtic per part dels mitjans de comunicació, així com les lògiques subjacents a les percepcions socials del fenomen. En tots dos casos, predomina una lògica desmobilitzadora que xoca amb la retòrica institucional d'àmbits científics (IPCC), polítics (moltes administracions públiques van proclamar l'emergència climàtica) i mediàtics.

D'acord amb el procés analitzat, tots dos grups, *convençuts* i *escèptics*, van iniciar el debat apel·lant als respectius estereotips per il·lustrar i defensar les posicions de partida, però en cap dels dos casos aquests estereotips van resistir un debat en profunditat. Els raonaments inicials es van dissoldre durant el procés de deliberació. Aquesta troballa revela la fragilitat de les opinions públiques sobre el canvi climàtic, cosa que, entre d'altres, ens porta a preguntar-nos què estaran mesurant en realitat les enquestes sobre el tema. I també ens informa que el canvi climàtic es percep com una cosa relativament aliena, com un fenomen que no forma part de l'entorn vital, ni de les experiències ni de les preocupacions quotidianes, cosa que el converteix en quelcom difús i sospitós a parts iguals. S'observa també que tots dos grups coincideixen en una cosa: encara que en el fons no dubten que el canvi climàtic sigui un fenomen real, perceben que la resolució no serà ràpida. Les persones del grup *conscienciat* observen que, malgrat la gravetat, no és un tema prioritari per a la majoria de la població, ni tan sols per a elles mateixes. Les del grup *escèptic*, per la seva part, simplement tendeixen a qüestionar la rellevància del problema, emfatitzant la incertesa que hi ha al seu voltant i la possibilitat que es tracti d'un fenomen natural.

Tot plegat configura una situació d'emergència mediàtica però amb poques possibilitats d'actuar individualment. Aquesta contradicció pot ser al darrere de diferents fenòmens emergents els darrers anys, com ara l'ecoansietat, un tipus d'estrès o tensió psicològica generada per la impotència per afrontar el canvi climàtic i que sembla que afecta particularment les generacions més joves (Coffeya *et al.*, 2021). Però, al mateix temps, també pot ser al darrere de la irrupció dels nous moviments socials de lluita contra el canvi climàtic, com ara Fridays for Future, Extinction-Rebellion i End-Fossil, moguts

per la frustració per la inacció política i amb gran capacitat mobilitzadora entre les generacions més joves (Díaz-Pérez, Soler-i-Martí i Ferrer-Fons, 2021), tot i que amb recorreguts fluctuants i en permanent metamorfosi. Uns moviments socials que intenten recuperar una visió global dels problemes ambientals, una cosa que una part dels moviments clàssics, cada cop més centrats en plataformes de rebuig a agressions locals al territori, havien anat perdent les darreres dècades. En tot cas, el canvi climàtic genera un malestar que, de moment, no acaba de trobar una expressió col·lectiva prou sòlida i consistent.

D'acord amb els resultats aquí presentats, les polítiques de mitigació i d'adaptació al canvi climàtic podrien arribar a tenir el suport d'una part de la població, principalment d'aquella que disposa de prou recursos per poder-se plantejar un canvi de forma de vida. En canvi, es pot esperar que aquelles persones que perceben (de manera realista o no) que no podran afrontar aquest canvi s'hi oposaran o es resistiran a la seva implementació. A més, la manera de parlar del canvi climàtic en la premsa contribueix a reforçar aquesta dicotomia, ja que es transmet una narrativa que atorga molt poc protagonisme a la població, i quan ho fa és en termes culpabilitzadors, i tendeix a deixar les solucions en mans d'entitats abstractes (estats, mercats, institucions internacionals, etc.) i en moments temporals llunyans, sobre els quals la gent percep que no té gairebé cap influència.

En conseqüència, qualsevol intent de desplegar polítiques per afrontar els riscos del canvi climàtic hauria d'anar acompanyat de mesures de suport a les condicions de vida de la població (garantia d'ingressos, accés a serveis públics, reconeixement de drets, etc.), per tal d'evitar la percepció d'exigència de sacrificis a canvi d'empitjorar els nivells de vida, especialment entre els sectors més vulnerables de la població. D'alguna manera, tant des de les institucions polítiques com des dels moviments socials pel clima, s'hauria de tenir en compte que, si no es combinen les polítiques climàtiques amb polítiques socials, laborals, d'habitatge, etc., sectors importants de la població es percebran exclosos de les diagnòstics i de les solucions. I, per molt raonables i ben fonamentades científicament que estiguin les advertències sobre els riscos climàtics, es trobaran amb la incomprensió, indiferència o hostilitat d'una part de la població.



Referències

Alaszewski, A. (2006). *Using Diaries for Social Research*, Londres: Sage.

Ballantyne, A.G. (2016). Climate change communication: what can we learn from communication theory? *WIREs Climate Change*, 7, 329-344.

Charteris-Black, J. (2004). *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. Nova York: Palgrave McMillan.

Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS) (2023). *Estudio 3390, Barómetro de enero de 2023*. Recuperat de https://www.cis.es/cis/operacions/ES/NoticiasNovedades/InfoCIS/2023/Documentacion_3390.html

Coffeya, Y., Bhullara, N., Durkin, J., Islamb, S. I Usherb, K. (2021). Understanding Eco-anxiety: A Systematic Scoping Review of Current Literature and Identified Knowledge Gaps. *The Journal of Climate Change and Health*, 3, 100047. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.joclim.2021.100047>.

Comissió Europea (2015). *Eurobaròmetre Especial 435. Canvi climàtic – Fitxa de dades de l'Estat espanyol*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2060>

Comissió Europea (2017). *Eurobaròmetre Especial 459. Canvi climàtic – Fitxa de dades de l'Estat espanyol*. Recuperat de <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2140>

Comissió Europea (2019). *Eurobaròmetre Especial 490. Canvi climàtic – Fitxa de dades de l'Estat espanyol*. Recuperat de <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2212>

Comissió Europea (2021). *Eurobaròmetre Especial 513. Canvi climàtic – Fitxa de dades de l'Estat espanyol*. Recuperat de <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2273>

Díaz-Pérez, S., Soler-i-Martí, R. i Ferrer-Fons, M. (2021). From the global myth to local mobilization: Creation and resonance of Greta Thunberg's frame. *Comunicar*, 29(68). DOI: 10.3916/C68-2021-03.

Dunlap, R.E., Van Liere, K.D., Mertig, A.G. i Jones, R.E. (2000). Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: a revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442.

Eco, U. (1993). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Random House Mondadori.

Enquesta Social Europea (ESS) (2018). *Actitudes ante el cambio climático y la energía en Europa. Principales resultados de la octava edición de la Encuesta Social Europea*. Recuperat de https://www.europeansocialsurvey.org/docs/findings/TL9_Climate-Change-Spanish.pdf

Espluga, J., Farré, J., Gonzalo, J., Horlick-Jones, T., Prades, A., Oltra, J. i Navajas, J. (2009). Do the people exposed to a technological risk always want more information about it? Some observations on cases of rejection. Dins S. Martorell, C. Guedes i J. Barnett (eds.). *Safety, Reliability and Risk Analysis. Theory, Methods and Applications* (pp. 1301-1308). Londres: CRC Press.

Espluga, J., Farré, J., Gonzalo, J. i Prades, A. (2014). Factores que inhiben la movilización social: el caso del área petroquímica de Tarragona. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 146, 191-216.

Espluga, J., Konrad, W., Mays, C., Oltra, C., Poumadère, M. i Prades, A. (2016). How to address citizens' practices and policies on sustainability? A consultative tool for brokering policy-related knowledge between the worlds of policymaking and everyday citizens' life. *Evidence & Policy*, 12(3), 381-404.

Espluga Trenc, J. (coord.) (2019). *El cambio climático y sus metáforas. Cómo dar sentido a las narrativas mediáticas sobre un riesgo global difuso e invisible*. Barcelona: Icaria.

Greimas, A. (1987). *Semántica estructural*. Madrid: Gredos.

Horlick-Jones, T. i Prades, A. (2014). Translating between social worlds of policy and everyday life: The development of a group-based method to support policy-making by exploring behavioural aspects of sustainable consumption. *Public Understanding of Science*, 24(7), 811-826. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0963662514525556>.

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 3056). Cambridge: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/9781009325844.

Lakoff, G. i Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Mio, J. (1997). Metaphor and politics. *Metaphor and Symbol*, 12(2), 113-133.

Musolff, A. (2004). *Metaphor and political discourse. Analogical reasoning in debates about Europe*. Nova York: Palgrave MacMillan.

Perelman, Ch. i Olbrecht-Tyteca, L. (1994). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.

Prades, A., Espluga J. i Horlick-Jones, T. (2017). Hybrid focus groups as a means to investigate practical reasoning, learning processes and indigenous activities. Dins R.S. Barbour i D.L. Morgan (eds.). *A New Era of Focus Groups Research. Challenges, Innovation and Practice* (pp. 179-204). Londres: Palgrave.

Rahmstorf, S. (2004). The climate sceptics. Dins Munich Re, *Weather catastrophes and climate change* (pp. 76-83). Postdam: Postdam Institute for Climate Impact Research. Recuperat de https://www.pik-potsdam.de/~stefan/Publications/Ot-her/rahmstorf_climate_sceptics_2004.pdf

Tabara, J.D. (2016). Percepció i comunicació del coneixement sobre el canvi climàtic a Catalunya. Dins Generalitat de Catalunya i Institut d'Estudis Catalans. *Tercer informe sobre el canvi climàtic a Catalunya* (pp. 558-578). Barcelona: Generalitat de Catalunya i Institut d'Estudis Catalans.

Whitmarsh, L. i O'Neill, S. (2010). Green identity, green living? The role of pro-environmental self-identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 305-314.