



TRUTH Social, plataforma de medios sociales propiedad de Donald Trump

# La amenaza del negacionismo y la desinformación como discurso político

COMBATIR LA INACCIÓN CLIMÁTICA  
COMUNICANDO BIEN EL MENSAJE DE LA CIENCIA

María Gemma Teso Alonso

Profesora, Dr<sup>a</sup> Universidad Complutense de Madrid  
Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático

**E**l objetivo del negacionismo es erosionar la confianza en la ciencia. El IV Informe del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático 2022 constataba la consolidación del Cambio Climático (CC) en la agenda mediática como un asunto de interés público conectado e interrelacionado con múltiples crisis. La transversalidad de los impactos de la crisis climática se traslada progresivamente al ecosistema digital como un gran volumen de información dispersa en los múltiples soportes de la comunicación social.

De forma global, en 2022 se observaba una mejora en la comprensibilidad del discurso mediático en cuanto al empleo de conceptos clave referidos, si bien en la mayor parte de los casos no se explican ni contextualizan convenientemente. El que será el V Informe del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático ofrecerá una nueva evaluación de la comunicación social de este fenómeno en el año 2023, analizando su contenido desde múltiples perspectivas y comprobando el grado de cumplimiento del Decálogo de recomendaciones para la comunicación del cambio climático. Además, el V Informe, presentado en 2024, pondrá el foco sobre la presencia del negacionismo en el contenido de la comunicación y sobre la influencia de la polarización en el discurso a través de su expresión más extrema: el discurso de odio.

## La evaluación de la ONU

En el año 1990 el IPCC o Panel Intergubernamental de las Naciones Unidas para el Cambio Climático publicó su primer informe de evaluación. El segundo llegó en el año 1995. Con el fin de contrarrestar el peso que iba cobrando la esfera científica en la arena política, a finales de la citada década ya se había puesto en marcha una compleja maquinaria negacionista en Estados Unidos, nutrida por empresas del lobby de los combustibles fósiles como Exxon Mobile, que crearon “fuentes de información alternativas” que servían información negacionista a medios como The Fox News o The Daily Mail (Trumbo, 1996). El acontecer ha demostrado que las previsiones de los primeros informes del IPCC no solo se han cumplido, sino que los cambios se están produciendo de una forma más acelerada de lo inicialmente previsto. El Sexto Informe de evaluación del IPCC (2023) se basa en los modelos matemáticos mucho más precisos que aquellos y cuenta con un consenso científico internacional sin precedentes sobre las causas.

*“Las actividades humanas, principalmente a través de las emisiones de gases de efecto invernadero, han causado inequívocamente el calentamiento global, con una temperatura superficial global que alcanzó 1,1 °C por encima de 1850-1900 en 2011-2020”. (IPCC, 2023, p.4).*

El estudio académico del fenómeno del negacionismo del cambio climático puso en evidencia la existencia de un movimiento muy influyente en EE UU ligado fundamentalmente a la industria de los combustibles fósiles (Almirón y Moreno, 2022), que logró convertir el cambio climático en un asunto de confrontación política y polarización. La

## La negación de la ciencia del clima se ha empleado como argumento político en los países anglosajones

negación de la ciencia del clima ha sido empleada como argumento político en los países anglosajones, mientras que en Europa y Latinoamérica (entre otras regiones globales) apenas se discutía el mensaje de la ciencia (Painter, 2011), algo que comenzó a cambiar a finales de la segunda década en países como Brasil o España.

De acuerdo con el exhaustivo estudio de la doctora Boehnert, J. (2014), la estrategia del discurso negacionista se caracteriza por cuestionar el consenso científico introduciendo pseudociencia, promover la “libertad” y la desregulación de la industria, la privatización de las fuentes de la información y la creación de fuentes “alternativas”, el uso de la desinformación mediante la puesta en circulación de mensajes falsos y la promoción de personajes populares o *celebrities* con actitudes escépticas y/o contrarias al conocimiento y al consenso científico, en una práctica conocida como *astroturfing*. En resumen, podemos decir que se activó una potente maquinaria de manipulación con el objetivo de alimentar el disenso en torno a las evidencias científicas para erosionar así el amplio consenso de los sucesivos informes del IPCC (Piñuel; Teso; Painter; Carvalho; Pardo-Buendía y Lera-St-Clair, 2012).

## Redes sociales, negacionismo y desinformación: amistades peligrosas

Los múltiples tipos de negacionismo que se han categorizado desde su aparición en Estados Unidos han evolucionado en las dos últimas décadas, especialmente tras la llegada de las redes sociales. Las redes sociales complican la hegemonía y la confianza en el conocimiento que nos aporta la ciencia (Ishmael-Perkins et al., 2023). El gran volumen de información dispersa puede provocar una verdadera ‘infodemia’, empleando aquí el término acuñado



Jair Bolsonaro en el desfile militar del Día de la Independencia de Brasil en 2015



Empresas del lobby de los combustibles crearon fuentes de información alternativas que servían información negacionista a medios, según el IPCC

por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 2009 para definir la sobreabundancia de información precisa e imprecisa sobre un tema concreto, que se difunde rápidamente y a la vez en múltiples medios y soportes digitales. Son conversaciones que se desarrollan en el espacio público de las redes sociales, donde voces autorizadas y profanas en la materia opinan al mismo nivel, muchas veces de forma anónima, con datos que carecen de rigor y de contraste, mezclando opinión con información. Un ruido insoportable que silencia el verdadero conocimiento.

Sin duda, las redes sociales ofrecen nuevas y muy positivas oportunidades de comunicación científica a los propios científicos y también a periodistas especializados y otros divulgadores, quienes pueden conectar de forma directa con su audiencia y construir una comunidad en torno al conocimiento. Sin embargo, el negacionismo del siglo XXI se cimenta sobre las estrategias del siglo pasado que han sido referidas y sobre un uso premeditado de las redes sociales como herramientas de lo que denominamos genéricamente desinformación. Instituciones como la Comisión Europea y la Unesco evitan emplear el término *fake news* por su falta de precisión y optan por referirse a “desórdenes informativos” que clasifican en tres categorías: desinformación o información falsa; información errónea; y mala información cuando se trata de una información verdadera que no debería ser publicada porque proviene de un ámbito privado o restringido (Ireton; Posetti, 2018; en Salaverría et al., 2020, p.4). El discurso negacionista ha encontrado en las redes un lugar privilegiado para sus operaciones, ofreciendo mensajes falsos o engaños y deliberadamente descontextualizados



Los efectos finales del discurso público negacionista de las últimas tres décadas han sido la inacción y el retraso de la acción climática

o manipulados, que se dirigen a segmentos de la población estratégicamente seleccionada mediante un algoritmo entrenado durante dos décadas.

El análisis crítico de los usos de las redes sociales como instrumentos de intervención en el estado de la opinión pública nos sitúa ante la nueva amenaza que pueden suponer estas plataformas digitales para los valores democráticos (Montero y Moreno-Domínguez, 2023). El análisis de estos autores se centra en el caso *Cambridge Analytica*, que desgranaron cronológicamente, para describir cómo los datos de los usuarios de Facebook fueron empleados para diseñar herramientas con las que manipular a la opinión pública en dos ocasiones: el referéndum sobre el Brexit y las elecciones norteamericanas ganadas por Donald Trump en 2016. En ambos casos, gracias a las técnicas de análisis *big data*, se identificaron numerosos y múltiples segmentos de audiencia, de forma que los usuarios recibieron mensajes personalizados que influyeron en el debate público y en el sentido de su voto. Muchos de estos mensajes resultaron burdas manipulaciones y mentiras.

### La infodemia en redes es un ruido insoportable que silencia el verdadero conocimiento

### El ataque al conocimiento científico tiene como fin último erosionar la interface entre la ciencia y la política

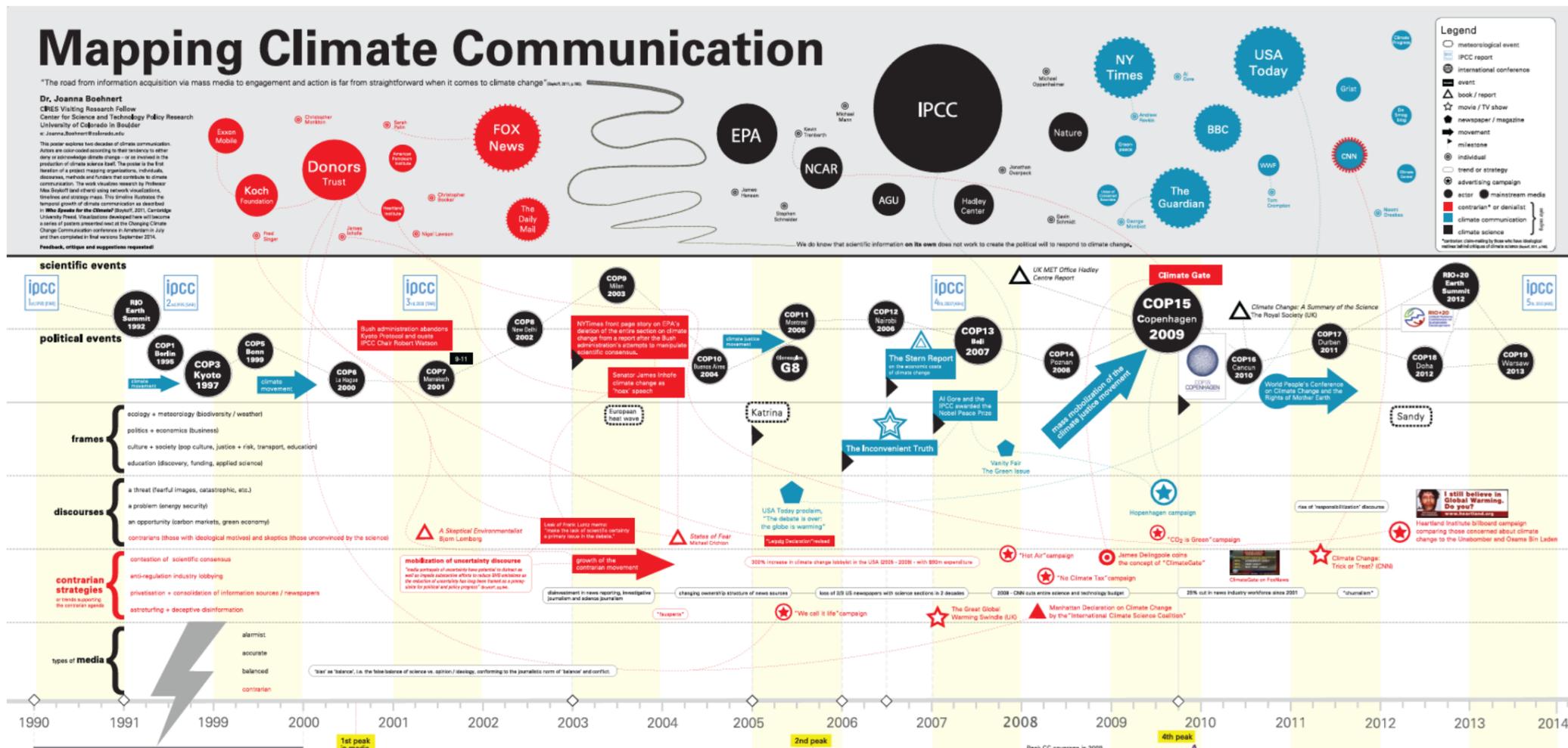
### Una estrategia política

La llegada de Donald Trump al poder en Estados Unidos y su vehemente cuestionamiento del conocimiento científico convirtió el negacionismo en una estrategia de comunicación política que se expandió al resto del mundo de la mano de líderes de ultraderecha como fue el caso de Jair Bolsonaro. En España, en las pasadas elecciones, tanto municipales y autonómicas como nacionales, pudimos escuchar mensajes negacionistas que cuestionan el origen antrópico del problema. Bajo el pretexto de la existencia de anteriores cambios en el clima a lo largo de la historia geológica de nuestro planeta (argumento esgrimido en la Sede de la Asamblea de Madrid por la presidenta de la Comunidad), se pretende negar la intervención humana en este rápido calentamiento global que comenzó a producirse a partir de la revolución industrial con la quema masiva de combustibles fósiles. Desde esta lógica, que niega los efectos del comportamiento humano, se evita la responsabilidad de las causas y por tanto la implementación de aquellas políticas que cuestionan nuestro actual sistema económico y nuestro actual status quo.

Lejos del consenso científico internacional, el negacionismo recurre a estudios pseudocientíficos que no gozan una revisión sistemática ni del consenso científico. Estas fuentes de información son empleadas posteriormente en redes sociales y en algunos medios mediante una práctica conocida como “falso equilibrio (balance) periodístico” (Boykoff&Boykoff, 2004), que contrapone al mismo nivel un estudio serio y consensuado entre pares con otro de pseudociencia, si bien podemos encontrar otra versión: la que contrapone la opinión no cualificada de un ciudadano o personaje público no científico con el conocimiento experto expresado por un científico o científica.

### Ideologizar el conocimiento científico

Mientras que las más importantes instituciones internacionales y nacionales (IPCC; NOAA; NASA; EEA, AEMET; OMM, entre otras) son calificadas como catastrofistas por parte de quienes emplean un discurso negacionista como estrategia política, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030 son considerados como políticas ideologizadas de la izquierda que sirven para adoctrinar a la población, en lugar de las políticas globales consensuadas en todos los parlamentos internacionales y nacionales para avanzar en la gobernanza de la crisis climática. El ataque al conocimiento científico tiene como fin





Las más importantes instituciones internacionales y nacionales, como el IPCC, son calificadas como catastrofistas por quienes emplean un discurso negacionista como estrategia política

último erosionar la *interface* entre la ciencia y la política, relación indispensable para la gobernanza de problemas globales que requiere una solución multilateral.

Tratar de ideologizar el conocimiento científico para poder combatirlo mediante la confrontación política es una de las principales bazas de las políticas negacionistas ultraconservadoras, lo que supone desnudar de razón y conocimiento la lucha contra la crisis climática. Sin embargo, la estrategia política del negacionismo no propone ninguna solución a los riesgos provocados por el cambio climático.

Al margen del debate sobre el grado de acierto de las medidas desplegadas, las políticas públicas de la Unión Europea y de sus Estados miembros entienden los graves impactos que enfrentamos y la necesidad de dar una respuesta inmediata, llegando a amplios acuerdos de consenso como El Pacto Verde. Otras instituciones internacionales como el Banco Mundial, el Foro de Davos o el Fondo Monetario Internacional enfrentan el cambio climático como un grave problema para la economía mundial y para las desigualdades sociales.

Los efectos finales del discurso público negacionista de las últimas tres décadas han sido la inacción y el retraso de la acción climática, que puede ir desde la ausencia de medidas concretas a su revocación. Como hemos podido comprobar con la llegada al poder de fuerzas ultraconservadoras en gobiernos municipales y autonómicos de España tras las últimas elecciones celebradas en 2023, se están revirtiendo medidas orientadas a una movilidad sostenible, eliminado carriles bici o habilitando el tráfico en zonas de bajas emisiones anteriores a su llegada. Deslegitimar el discurso de la ciencia justifica la adopción de este tipo de medidas contrarias a los ODS.

## Comunicar para recuperar la confianza en la ciencia

La comunicación es un elemento clave para combatir la inacción frente al cambio climático, que es atribuida en algunos países a ciertos errores de comprensión generalizados o al rechazo a la palabra de la ciencia (Hornsey et al., 2018). Sin embargo, la comunicación no es el único

### La infodemia en redes es un ruido insoportable que silencia el verdadero conocimiento

factor que determina la percepción social del riesgo que comporta la crisis climática, por lo que no podemos responsabilizarla en exclusiva de las posiciones escépticas o negacionistas por parte de la ciudadanía. Otros factores sociales y culturales determinantes son el nivel de exposición a los impactos del cambio climático, el territorio en el que se vive, la situación de vulnerabilidad y pobreza, las creencias religiosas, la orientación ideológica y la cultura científica del país (Clayton, 2019; Meira et al., 2021; Fernández-Reyes y Heras, 2021; Painter, 2013).

El rigor y la exactitud de los mensajes científicos son importantes, pero es necesario tener en cuenta el contexto, la identidad y la situación de las distintas audiencias, sus inquietudes y preocupaciones, el soporte en el que comunicamos y los temas de la agenda social y mediática. De acuerdo con Ishmael-Perkins et al. (2023), si la comunicación de la ciencia no tiene en cuenta los contextos, existe el riesgo de que sea rechazada o resulte ineficaz. Dicho lo anterior la comunicación del conocimiento existente sobre el cambio climático, sus causas, sus impactos y los beneficios de la transición ecológica en el corto, medio y largo plazo pueden contribuir al debate social en torno a las soluciones y a los beneficios futuros para la calidad de vida de las personas y de todas las especies vivas que nos acompañan.

Tras la celebración de la COP28, las portadas de los diarios y los informativos de radio y de televisión recogían con grandes números el coste de la transición ecológica para España, concretamente el coste de la inversión que tendremos que llevar a cabo hasta 2050. Más allá de este titular, pocas informaciones explicaban cuál sería el coste de no realizar dicha transición, es decir, cuál sería el coste derivado de no hacer nada para mitigar las emisiones o de no invertir en adaptación. Mucho menos se informaba de la forma desigual en la que se distribuirían estos impactos en todos los sectores en función de la vulnerabilidad territorial, el género o nivel de renta. En definitiva, la comuni-

cación de la crisis climática adolece de la profundidad y del contexto necesario.

Sea cual sea el escenario de la comunicación, los mediadores, especialmente los periodistas especializados, pueden jugar un rol importante para promover la interacción entre las esferas científica y política; también para socializar el mensaje de la ciencia y de las políticas públicas basadas en el conocimiento científico. De acuerdo con Ishmael-Perkins et al. (2023), las instituciones científicas y las políticas multilaterales basadas en la ciencia pueden impulsar un nuevo modelo mediante la construcción de alianzas entre diversas disciplinas científicas, implementando una cultura del debate transparente que incremente la comprensión del contexto y de las distintas audiencias, a la vez que se desarrollan esfuerzos para potenciar la necesaria confianza a escala local, nacional e internacional, en el conocimiento que nos aporta la ciencia. De acuerdo con el Sexto Informe de evaluación del IPCC, el tiempo se agota, la ventana de oportunidad es ahora.

#### Más INFO:

Observatorio de la Comunicación del CC  
<https://observatoriocomunicacc.es/>

## Referencias

- Almirón, N. y Moreno, JA (2022). Beyond climate change denialism. Conceptual challenges in communicating climate action obstruction. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 55, 9- 23. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.01>
- Boehnert, J., 2014. Mapping Climate Communication. *Blog Ecolabs*, 2014. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ecolabsblog.files.wordpress.com/2014/05/mapping-climate-communication-boehnert-may2014-v-1-flatlocked.pdf>
- Boykoff, M. T. & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14, 125-136.
- Clayton, S. (2019). *Psicología y Cambio Climático*. *Papeles del Psicólogo*, vol. 40 (3), 167-173. ISSN: 0214-7823
- Fernández-Reyes, R. (coord.) y Heras Hernández, Francisco (2022). *Análisis del discurso climático sobre lo que une a las diferentes audiencias*. Zaragoza: ECODES
- Hornsey, M.J., Harris, E.A. & Fielding, K.S. (2018). Relationships among conspiratorial beliefs, conservatism and climate scepticism across nations, *Nature Climate Change*, 614-620.
- IPCC (2023). *Synthesis Report of the IPCC Sixth Assessment Report (AR6). Summary for Policymakers (SPM)*. <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>
- Ireton, Cheryl; Posetti, Julie (2018). *Journalism, 'fake news' & disinformation: handbook for journalism education and training*. Paris: Unesco Publishing. ISBN: 978 92 3 1002816 [https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf)
- Ishmael-Perkins, N.; Raman, S.; Metcalfe, J.; Strudwicke, I.; Gascoigne, G. & Leach, J. (2023). The Contextualization Deficit: Reframing Trust in Science for Multilateral

Policy. The Centre for Science Futures, Paris. 2023. DOI: 10.24948/2023.10

- León, B., Bourk, M., Finkler, W., Boykoff, M., & Davis, L. S. (2021). Strategies for climate change communication through social media: Objectives, approach, and interaction. *Media International Australia*, 1-16. <https://doi.org/10.1177/1329878X211038004>
- Meira, P.Á., Arto, M. y Pardellas, M. (2021). La sociedad española ante el cambio climático. Percepción y comportamientos en la población. *Ideara Investigación*. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://accesoese.idearainvestigacion.com/Informe\\_sociedad\\_esp%C3%B1ola\\_CC\\_2020.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://accesoese.idearainvestigacion.com/Informe_sociedad_esp%C3%B1ola_CC_2020.pdf)
- Montero Sánchez, D. y Moreno-Domínguez, J.M. (2023). Teoría crítica y economía política de las redes sociales. Reflexiones y debates en torno al caso de Cambridge Analytica, en Jurado Martín, M. y Cáceres Zapatero, M. D. (coord.) *La mirada mediática. Una revisión de la actualidad desde las teorías de la comunicación*. Editorial: Fragua, Madrid 2023, pp. 199-224.
- Painter, J. (2013). *Climate Change in the Media: Reporting Risk and Uncertainty*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. ISBN: 978 1 78076 588 4
- Painter, J. (2011). *Poles Apart The international reporting of climate scepticism*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. ISBN 978-1-907384-07-3
- Piñuel, J. L.; Teso, G.; Painter, J.; Carvalho, A.; Pardo-Buendía, M. y Lera St-Clair, A. (2012). *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático*. Cuadernos Artesanos de Latina / 30, Sociedad Latina de Comunicación Social, 125-134. ISBN - 13: 978-84-15698-01-2 [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22520/Comunicacion\\_Riesgo\\_Cambio\\_Climatico\\_2012.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22520/Comunicacion_Riesgo_Cambio_Climatico_2012.pdf)
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-C. (2020). *Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19*. *Profesional De La información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Teso Alonso, G.; Gaitán Moya, J. A.; Lozano Ascencio, C.; Fernández- Reyes, R.; Sánchez- Holgado, P.; Arcila Calderón, C.E.; Morales Corral, E., López-Diez, J.; Tovar Torrealva, M.; Piñuel Raigada, J. L. y Barranquero Carretero, A. (2022). *La comunicación social sobre el cambio climático para la transición ecológica*. IV Informe del Observatorio de la comunicación del cambio climático 2022, ECODES. ISBN: 978-84-09-47998-6. [www.ecodes.org/hacemos/cambio-climatico/movilizacion/medios-de-comunicacion-y-cambio-climatico/observatorio](http://www.ecodes.org/hacemos/cambio-climatico/movilizacion/medios-de-comunicacion-y-cambio-climatico/observatorio)
- Trumbo, C. (1996). *Constructing climate change: Claims and frames in US news coverage of an environmental issue*. *Public Understanding of Science* (5), 269-283
- VV.AA. (2022). *Decálogo de recomendaciones para la comunicación del cambio climático en el actual contexto de transición ecológica*. Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES). [https://ecodes.org/images/que-hacemos/01.Cambio\\_Climatico/Movilizacion\\_accion/Medios\\_Co-municacion\\_CC/NuevoDec%C3%A1logoRecomendaciones\\_2022.pdf](https://ecodes.org/images/que-hacemos/01.Cambio_Climatico/Movilizacion_accion/Medios_Co-municacion_CC/NuevoDec%C3%A1logoRecomendaciones_2022.pdf)