

DESINFORMACIÓN Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR PRIVADO

Karla ZAMBRANO GONZÁLEZ*

1. Introducción

La desinformación en materia ambiental constituye uno de los obstáculos más significativos para la transición hacia modelos de desarrollo sostenible. Se trata de la difusión intencional o no intencional de información falsa, engañosa o incompleta sobre cuestiones ecológicas, climáticas o energéticas, la desinformación afecta tanto a la percepción ciudadana como a la voluntad política para adoptar medidas transformadoras. El presente análisis examina, de forma somera, las principales tipologías de desinformación ambiental, sus canales de difusión y las estrategias para contrarrestarlas desde la alfabetización mediática y la regulación de plataformas digitales.

2. Tipologías de la desinformación ambiental en el sector privado

La desinformación ambiental adopta múltiples formas que dificultan el consenso social necesario para la acción climática. En primer lugar, se identifica la negación directa de consensos científicos establecidos, como la afirmación de que el cambio climático «no está ocurriendo o que sus causas son exclusivamente naturales». Esta modalidad, aunque ha perdido terreno en el discurso público, persiste en ciertos sectores y ha sido documentada en plataformas como YouTube o Tik Tok, donde proliferan contenidos negacionistas que cuestionan el calentamiento global de origen antropogénico (Loiola, 2022).

En segundo lugar, la desinformación por distorsión reconoce la existencia de un problema, pero magnifica sus incertidumbres o presenta soluciones falsas. Esta estrategia ha sido identificada por el Instituto para el Diálogo Estratégico (ISD) como parte de los «discursos de demora» (*discourses of delay*), que explotan la brecha entre la aceptación del problema y la acción efectiva (Institute for Strategic Dialogue & Climate Action Against Disinformation, 2022). Un ejemplo paradigmático es la afirmación de que «la

* Profesora Ayudante Doctora de Derecho internacional privado de la Universitat de València. E-mail: Karla.Zambrano@uv.es. ORCID: 0000-0002-0284-355X. El presente documento de trabajo forma parte de los entregables contemplados en el proyecto «ESG en clave de Derecho internacional privado: hacia la creación de empresas europeas con conciencia global», según la Convocatoria de la Cátedra UNESCO para acciones de Educación para el Desarrollo, Ciudadanía Global y Sensibilización para el curso académico 2025-2026. Serie: «Sostenibilidad empresarial y Derecho internacional privado».

energía nuclear constituye la única alternativa viable, minimizando sus riesgos y costes asociados».

En tercer lugar, la desinformación por desplazamiento atribuye la responsabilidad ambiental a actores marginales como, por ejemplo, los ciudadanos individuales, mientras exime a los grandes emisores corporativos. Esta estrategia ha sido ampliamente documentada en el informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), que señala cómo «intereses económicos y políticos establecidos han organizado y financiado comunicaciones de desinformación y contrarias al clima» (Sankaranarayanan et al., 2025, p. 1).

3. Canales de difusión y el papel de los algoritmos

Los canales de difusión de la desinformación, en general, y ambiental, en particular, han evolucionado significativamente en las últimas décadas. Si en el pasado la desinformación se canalizaba principalmente a través de *think tanks* y medios de comunicación afines, en la actualidad las redes sociales constituyen el vector principal de propagación. Según la Unión Europea (2022), el 57% de los contenidos virales sobre cambio climático en Twitter contenían afirmaciones falsas o engañosas.

El papel de los algoritmos de recomendación resulta particularmente preocupante. Investigaciones recientes han demostrado que plataformas como Facebook impulsan a los usuarios escépticos hacia contenidos cada vez más extremos y conspirativos sobre el clima (BBC News, 2022). En un estudio simulado, un perfil de usuario que seguía páginas escépticas era rápidamente recomendado a contenido que negaba el cambio climático antropogénico y atacaba las medidas para mitigarlo, mientras que un perfil que seguía a fuentes científicas autorizadas recibía contenido fiable de manera consistente (BBC News, 2022). Este comportamiento algorítmico ha sido calificado como un fenómeno de «madriguera» (rabbit hole), donde el contenido se vuelve cada vez más extremo a medida que los usuarios interactúan con publicaciones sobre un tema particular.

Por otra parte, se ha evidenciado que el algoritmo de entrega de anuncios de Facebook puede constituirse como un actor activo en el discurso climático, ejerciendo una influencia estadísticamente significativa sobre los destinos de entrega de los anuncios (Sankaranarayanan et al., 2025). Este comportamiento algorítmico puede no ser completamente comprendido por la propia plataforma y sus creadores, lo que plantea desafíos significativos para la regulación y la transparencia en la comunicación climática (Sankaranarayanan et al., 2025).

4. Consecuencias de la desinformación ambiental

Las consecuencias de este fenómeno son medibles y profundas. La desinformación ha contribuido a retrasar la adopción de impuestos al carbono en diversos países, ha alimentado la oposición a parques eólicos y plantas solares mediante falsas afirmaciones sobre su impacto en la salud, y ha generado desconfianza hacia las instituciones

científicas (Institute for Strategic Dialogue & Climate Action Against Disinformation, 2022). El IPCC ha identificado «la retórica, desinformación y politización de la ciencia» como barreras clave para la acción climática (Sankaranarayanan et al., 2025, p. 1).

Un caso paradigmático lo constituye la campaña desinformadora sobre los paneles solares chinos, que afirmaba falsamente que la fabricación de estos dispositivos generaba más emisiones de las que ahorraban durante su vida útil. Esta narrativa se ha basado en cálculos deliberadamente erróneos sobre el *mix* energético chino. En este contexto, la verificación de hechos realizada por agencias como AFP Factual ha desmentido la circulación de imágenes que pretendían mostrar parques solares en España, cuando en realidad habían sido tomadas en China en 2018 (Salvadó, 2025). Estas narrativas desinformadoras han sido amplificadas a menudo mediante la asociación con la Agenda 2030 de la ONU, contribuyendo a una percepción distorsionada de los objetivos de desarrollo sostenible.

5. Estrategias de mitigación

Frente a este panorama, se requieren respuestas multifacéticas que combinen educación, verificación de hechos y regulación.

La educación en alfabetización mediática y científica constituye la primera línea de defensa, capacitando a la ciudadanía para identificar sesgos, verificar fuentes y contrastar afirmaciones. El Código de Buenas Prácticas sobre Desinformación de la Unión Europea (2022) enfatiza la importancia de «empoderar a los usuarios» a través de herramientas mejoradas para reconocer, comprender y señalar la desinformación, así como mediante iniciativas de alfabetización mediática.

Investigaciones en España han demostrado el papel estratégico del periodismo de verificación en la lucha contra la desinformación climática. Un estudio sobre 479 piezas informativas publicadas en 2023 por EFE Verifica, Maldito Clima y Newtral, plataformas acreditadas por la *International Fact-Checking Network*, reveló una atención significativa pero desigual al cambio climático, con la publicación de reportajes de verificación y el desmentido de bulos virales como las tipologías textuales más recurrentes (Sendra Duro, 2025). El estudio destaca la rigurosidad en la gestión de fuentes, caracterizada por una abundante participación de fuentes oficiales, expertas, mediáticas y digitales (Sendra Duro, 2025).

De manera similar, el análisis de 114 bulos sobre cambio climático verificados por las mismas agencias españolas desde 2022 reveló que los bulos compartidos tienen relación con los desastres medioambientales que ocurren debido a las consecuencias del cambio climático (Sánchez Sahelices, 2024).

Las iniciativas de regulación de plataformas digitales, en particular el Código de Buenas Prácticas sobre Desinformación de la Unión Europea, constituyen un instrumento

fundamental. Este código, fortalecido en 2022, incluye 44 compromisos y 128 medidas específicas en áreas como la desmonetización de la desinformación, la transparencia de la publicidad política, la integridad de los servicios, el empoderamiento de los usuarios, el apoyo a la investigación y el fortalecimiento de la comunidad de *fact-checkers* (European Commission, 2022).

El código establece un marco de supervisión reforzado que incluye indicadores de nivel de servicio para medir su implementación en toda la UE, y un Centro de Transparencia accesible al público que proporciona una visión general de cómo se están implementando las medidas (European Commission, 2022). Además, se ha creado un Grupo de Trabajo Permanente para revisar y adaptar los compromisos en función de los desarrollos tecnológicos, sociales, de mercado y legislativos (European Commission, 2022).

Ahora bien, las iniciativas de fact-checking colaborativo, como las impulsadas por la International Fact-Checking Network (IFCN), constituyen un elemento crucial en la lucha contra la desinformación. El Código de Prácticas de la UE busca extender la cobertura de verificación de hechos a todos los Estados miembros y lenguas, garantizando que las plataformas hagan un uso más consistente de la verificación de hechos en sus servicios (European Commission, 2022).

A pesar de estos avances, persisten desafíos significativos. Las políticas de las grandes empresas tecnológicas para combatir la desinformación climática siguen siendo insuficientes. Durante la COP26, un grupo reducido de solo 16 «superdifusores» de desinformación climática acumuló más de 500,000 *likes* y *retweets*, mientras que las políticas de verificación de hechos de Facebook se aplicaban de manera insuficiente (DeSmog, 2022). Además, se ha documentado que el algoritmo de Facebook impulsa una mayor exposición a la desinformación climática que a su propio Centro de Ciencia Climática (BBC News, 2022; Institute for Strategic Dialogue & Climate Action Against Disinformation, 2022).

Con todo, la desinformación ambiental representa un obstáculo sistémico para la transición hacia la sostenibilidad, operando a través de múltiples tipologías y canales que explotan las vulnerabilidades de los ecosistemas informativos contemporáneos.

6. Referencias

BBC News. (2022, March 29). Facebook drives sceptics towards climate denial. <https://www.bbc.com/news/technology-60905348>

DeSmog. (2022, June 9). Big tech must do more to combat climate disinformation 'super-spreaders', report says. <https://www.desmog.com/2022/06/09/big-tech-must-do-more-to-combat-climate-disinformation-super-spreaders-report-says/>

European Commission. (2022). The 2022 Code of Practice on Disinformation. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

Institute for Strategic Dialogue & Climate Action Against Disinformation. (2022). Deny, deceive, delay: Documenting and responding to climate disinformation at COP26 and beyond. Friends of the Earth. <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2022/06/Summative-Report-COP26.pdf>

Loiola, D. F. E. (2022). The denial of global warming on YouTube: An exploratory analysis. *Revista Ciências Humanas*, 15(3). <https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/928>

Salvadó, L. (2025, April 3). La foto de un paisaje con placas solares se tomó en China en 2018, no en España en 2025. AFP Factual. <https://factual.afp.com/doc.afp.com.38UH2T2>

Sánchez Sahelices, A. B. (2024). Desinformación sobre el cambio climático: el uso de las *fact checkers* para combatirla [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/72249>

Sankaranarayanan, A., Sapiezynski, P., & O'Reilly, U.-M. (2025). Facebook algorithm's active role in climate advertisement delivery. *Nature Climate Change*, 15, 719–724. <https://www.nature.com/articles/s41558-025-02326-w>

Sendra-Duro, E. (2025). Fact-checking y desinformación climática en España. Tendencias en la cobertura, tematización y gestión de fuentes en la estrategia profesional de EFE Verifica, Maldito Clima y Newtral. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 41, 561-587. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/2861>