

DESINFORMACIÓ I SOSTENIBILITAT EN EL SECTOR PRIVAT

Karla ZAMBRANO GONZÁLEZ*

1. Introducció

La desinformació en matèria ambiental constituïx un dels obstacles més significatius per a la transició cap a models de desenvolupament sostenible. Es tracta de la difusió intencional o no intencional d'informació falsa, enganyosa o incompleta sobre qüestions ecològiques, climàtiques o energètiques, la desinformació afecta tant a la percepció ciutadana com a la voluntat política per a adoptar mesures transformadores. La present anàlisi examina, de manera succinta, les principals tipologies de desinformació ambiental, els seus canals de difusió i les estratègies per a contrarestar-les des de l'alfabetització mediàtica i la regulació de plataformes digitals.

2. Tipologies de la desinformació ambiental en el sector privat

La desinformació ambiental adopta múltiples formes que dificulten el consens social necessari per a l'acció climàtica. En primer lloc, s'identifica la negació directa de consensos científics establits, com l'afirmació que el canvi climàtic «no està ocorrent o que les seues causes són exclusivament naturals». Esta modalitat, encara que ha perdut terreny en el discurs públic, persistix en uns certs sectors i ha sigut documentada en plataformes com YouTube o Tik Tok, on proliferen continguts negacionistes que qüestionen el calfament global d'origen antropogènic (Loiola, 2022).

En segon lloc, la desinformació per distorsió reconeix l'existència d'un problema, però magnifica les seues incerteses o presenta solucions falses. Esta estratègia ha sigut identificada per l'Institut per al Diàleg Estratègic (ISD) com a part dels «discursos de demora» (*discourses of delay*), que exploten la bretxa entre l'acceptació del problema i l'acció efectiva (Institute for Strategic Dialogue & Climate Action Against Disinformation, 2022). Un exemple paradigmàtic és l'afirmació que «l'energia nuclear constituïx l'única alternativa viable, minimitzant els seus riscos i costos associats».

* Profesora Ajudant Doctora de Dret internacional privat de la Universitat de València. E-mail: Karla.zambrano@uv.es. ORCID: 0000-0002-0284-355X. El present document de treball forma part dels lliurables contemplats en el projecte «ESG en clau de Dret internacional privat: cap a la creació d'empreses europees amb consciència global», segons la Convocatòria de la Càtedra UNESCO per a accions d'Educació per al Desenvolupament, Ciutadania Global i Sensibilització per al curs acadèmic 2025-2026. Sèrie: «Sostenibilitat empresarial i Dret internacional privat».

En tercer lloc, la desinformació per desplaçament atribueix la responsabilitat ambiental a actors marginals com, per exemple, els ciutadans individuals, mentres eximix als grans emissors corporatius. Esta estratègia ha sigut àmpliament documentada en l'informe del Grup Intergovernamental d'Experts sobre el Canvi Climàtic (IPCC), que assenyalava com «interessos econòmics i polítics establits han organitzat i finançat comunicacions de desinformació i contràries al clima» (Sankaranarayanan et al., 2025, p. 1).

3. Canales de difusió i el paper dels algorismes

Els canals de difusió de la desinformació, en general, i ambiental, en particular, han evolucionat significativament en les últimes dècades. Si en el passat la desinformació es canalitzava principalment a través de *think tanks* i mitjans de comunicació afins, en l'actualitat les xarxes socials constitueixen el vector principal de propagació. Segons la Unió Europea (2022), el 57% dels continguts virals sobre canvi climàtic en Twitter contenien afirmacions falses o enganyoses.

El paper dels algorismes de recomanació resulta particularment preocupant. Investigacions recents han demostrat que plataformes com Facebook impulsen als usuaris escèptics cap a continguts cada vegada més extrems i conspiratius sobre el clima (BBC News, 2022). En un estudi simulat, un perfil d'usuari que seguia pàgines escèptiques era ràpidament recomanat a contingut que negava el canvi climàtic antropogènic i atacava les mesures per a mitigar-lo, mentres que un perfil que seguia a fonts científiques autoritzades rebia contingut fiable de manera consistent (BBC News, 2022). Este comportament algorítmic ha sigut qualificat com un fenomen de «cau» (rabbit hole), on el contingut es torna cada vegada més extrem a mesura que els usuaris interactuen amb publicacions sobre un tema particular.

D'altra banda, s'ha evidenciat que l'algorisme de lliurament d'anuncis de Facebook pot constituir-se com un actor actiu en el discurs climàtic, exercint una influència estadísticament significativa sobre els destins de lliurament dels anuncis (Sankaranarayanan et al., 2025). Este comportament algorítmic pot no ser completament comprès per la pròpia plataforma i els seus creadors, la qual cosa planteja desafiaments significatius per a la regulació i la transparència en la comunicació climàtica (Sankaranarayanan et al., 2025).

4. Conseqüències de la desinformació ambiental

Les conseqüències d'este fenomen són mesurables i profundes. La desinformació ha contribuït a retardar l'adopció d'impostos al carboni en diversos països, ha alimentat l'oposició a parcs eòlics i plantes solars mitjançant falses afirmacions sobre el seu impacte en la salut, i ha generat desconfiança cap a les institucions científiques (Institute for Strategic Dialogue & Climate Action Against Disinformation, 2022). L'IPCC ha identificat «la retòrica, desinformació i politització de la ciència» com a barreres clau per a l'acció climàtica (Sankaranarayanan et al., 2025, p. 1).

Un cas paradigmàtic el constituïx la campanya desinformativa sobre els panells solars xinesos, que afirmava falsament que la fabricació d'estos dispositius generava més emissions de les que estalviaven durant la seua vida útil. Esta narrativa s'ha basat en càlculs deliberadament erronis sobre el *mix* energètic xinès. En este context, la verificació de fets realitzada per agències com a AFP Factual ha desmentit la circulació d'imatges que pretenien mostrar parcs solars a Espanya, quan en realitat havien sigut preses a la Xina en 2018 (Salvadó, 2025). Estes narratives desinformatives han sigut amplificades sovint mitjançant l'associació amb l'Agenda 2030 de l'ONU, contribuint a una percepció distorsionada dels objectius de desenvolupament sostenible.

5. Estratègies de mitigació

Enfront d'este panorama, es requereixen respostes multifacètiques que combinen educació, verificació de fets i regulació.

L'educació en alfabetització mediàtica i científica constituïx la primera línia de defensa, capacitant a la ciutadania per a identificar biaixos, verificar fonts i contrastar afirmacions. El Codi de Bones Pràctiques sobre Desinformació de la Unió Europea (2022) emfatitza la importància de «empoderar als usuaris» a través de ferramentes millorades per a reconèixer, comprendre i assenyalar la desinformació, així com mitjançant iniciatives d'alfabetització mediàtica.

Investigacions a Espanya han demostrat el paper estratègic del periodisme de verificació en la lluita contra la desinformació climàtica. Un estudi sobre 479 peces informatives publicades en 2023 per EFE Verifica, Maleït Clima i Newtral, plataformes acreditades per la *International Fact-Checking Network*, va revelar una atenció significativa però desigual al canvi climàtic, amb la publicació de reportatges de verificació i el desmentiment de faules virals com les tipologies textuais més recurrents (Sendra Duro, 2025). L'estudi destaca la rigorositat en la gestió de fonts, caracteritzada per una abundant participació de fonts oficials, expertes, mediàtiques i digitals (Sendra Duro, 2025).

De manera similar, l'anàlisi de 114 faules sobre canvi climàtic verificats per les mateixes agències espanyoles des de 2022 va revelar que les faules compartides tenen relació amb els desastres mediambientals que ocorren a causa de les conseqüències del canvi climàtic (Sánchez Sahelices, 2024).

Les iniciatives de regulació de plataformes digitals, en particular el Codi de Bones Pràctiques sobre Desinformació de la Unió Europea, constituïxen un instrument fonamental. Este codi, enfortit en 2022, inclou 44 compromisos i 128 mesures específiques en àrees com la desmonetització de la desinformació, la transparència de la publicitat política, la integritat dels servicis, l'apoderament dels usuaris, el suport a la investigació i l'enfortiment de la comunitat de *fact-checkers* (European Commission, 2022).

El codi estableix un marc de supervisió reforçat que inclou indicadors de nivell de servei per a mesurar la seua implementació en tota la UE, i un Centre de Transparència accessible al públic que proporciona una visió general de com s'estan implementant les mesures (European Commission, 2022). A més, s'ha creat un Grup de Treball Permanent per a revisar i adaptar els compromisos en funció dels desenrotllaments tecnològics, socials, de mercat i legislatius (European Commission, 2022).

Ara bé, las iniciatives de fact-checking col·laboratiu, com les impulsades per la International Fact-Checking Network (IFCN), constitueixen un element crucial en la lluita contra la desinformació. El Codi de Pràctiques de la UE busca estendre la cobertura de verificació de fets a tots els Estats membres i llengües, garantint que les plataformes facen un ús més consistent de la verificació de fets en els seus serveis (European Commission, 2022).

Malgrat estos avanços, persisteixen desafiaments significatius. Las polítiques de les grans empreses tecnològiques per a combatre la desinformació climàtica continuen sent insuficients. Durant la COP26, un grup reduït de només 16 «superdifusores» de desinformació climàtica va acumular més de 500,000 *likes* i *retuits*, mentres que les polítiques de verificació de fets de Facebook s'aplicaven de manera insuficient (DeSmog, 2022). A més, s'ha documentat que l'algorisme de Facebook impulsa una major exposició a la desinformació climàtica que al seu propi Centre de Ciència Climàtica (BBC News, 2022; Institute for Strategic Dialogue & Climate Action Against Disinformation, 2022).

Amb tot, la desinformació ambiental representa un obstacle sistèmic per a la transició cap a la sostenibilitat, operant a través de múltiples tipologies i canals que exploten les vulnerabilitats dels ecosistemes informatius contemporanis.

6. Referències

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 habite 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 Ci ncias Humanes*, 15(3).
<https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/928>

Salvadó, L. (2025, April 3). La foto d'un paisatge amb plaques solars es va prendre a la Xina en 2018, no a Espanya en 2025. *AFP Factual*.
<https://factual.afp.com/doc.afp.com.38uh2t2>

Sánchez Sahelices, A. B. (2024). Desinformació sobre el canvi climàtic: l' s de les *fact checkers* per a combatre-la [Treball de Fi de Grau, Universitat de Valladolid]. UVaDOC.
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/72249>

Sankaranarayanan, A., Sapiezynski, P., & O'Reilly, O.-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 i desinformació climàtica a Espanya. Tendències en la cobertura, tematització i gestió de fonts en l'estratègia professional d'EFE Verifica, Maleït Clima i Newtral. *Doxa Comunicació. Revista Interdisciplinària D'Estudis De Comunicació I Ciències Socials*, 41, 561-587. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/2861>