

INFORMACIÓN Y DESINFORMACIÓN EN TORNO AL CAMBIO CLIMÁTICO

El 97% de los científicos del clima han concluido que el cambio climático está siendo causado por la acción del ser humano. Este consenso ha sido un tema candente en los últimos años, mencionado por políticos, numerosos programas de televisión y artículos de prensa. Sin embargo, diversos colectivos lo han cuestionado seriamente. ¿Cuáles son los motivos? ¿Por qué hay dudas acerca del cambio climático a pesar del común acuerdo de los sectores académicos?

En esta sección, Preguntas en la Frontera, incluimos dos aportaciones internacionales sobre esta problemática, por una parte un análisis sobre los distintos intereses y las estrategias que hoy existen para informar o bien confundir al público en torno al cambio climático, y por otro una contribución de Olle Häggström, firma invitada de este número, que describe con detalle qué se entiende por consenso científico y por qué debemos confiar de los resultados que ofrecen sus estudios.

ARTÍCULO

¿ES POSIBLE UN CONSENSO SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO?

JOHN COOK, SANDER VAN DER LINDEN, EDWARD MAIBACH Y STEPHAN LEWANDOWSKY

FIRMA INVITADA

¿PODEMOS FIARNOS DE LOS CIENTÍFICOS QUE NOS ALERTAN SOBRE EL CALENTAMIENTO GLOBAL?

OLLE HÄGGSTRÖM



¿ES POSIBLE UN CONSENSO SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO?

JOHN COOK, SANDER VAN DER LINDEN, EDWARD MAIBACH Y STEPHAN LEWANDOWSKY

BRECHA DEL CONSENSO, INFORMACIÓN Y POLÍTICA

Existe una brecha entre el consenso actual de los científicos que sostienen que los seres humanos estamos causando el cambio climático, que es del 97% según han establecido una serie de estudios que han analizado centenares de artículos académicos, y la percepción que el público tiene del él [1]. De media, la gente cree que sólo lo hacen el 67% de los científicos. Una estadística aún más preocupante apunta a que únicamente el 13% de los estadounidenses son conscientes de que el consenso es superior al 90%. Esta percepción errónea no sólo se aplica al público en general. También muchos profesores de ciencias no son conscientes del consenso [2]. En consecuencia, muchos profesores hablan del cambio climático presentando puntos de vista contrarios a los de la ciencia climática convencional.

¿Por qué existe una diferencia de percepción tan grande? En primer lugar, la percepción pública del consenso varía ampliamente en todo el espectro político. Cuánto más conservadora sea una persona desde el punto de vista político, más bajo será el consenso que perciba. Esto significa que el sesgo político desempeña un papel importante. Pero incluso en el extremo progresista del espectro político, hay una brecha entre la percepción pública y el consenso del 97%. Esto no es sorprendente dado que las campañas de desinformación han confundido persistentemente al público sobre el consenso durante casi tres décadas. Los primeros mensajes públicos acerca del consenso sobre el cambio climático fueron, justamente, que no había consenso. Además de la desinformación basada en el gobierno, la industria de los combustibles fósiles se dedicó activamente a generar información errónea, utilizando técnicas que la industria tabacalera había perfeccionado décadas antes. En 1991, la Western Fuels Association gastó más de medio millón de dólares en una campaña de relaciones públicas para “reposicionar el calentamiento global como teoría (no como hecho)” [3]. Los esfuerzos más recientes de desinformación por parte de la industria de los combustibles fósiles y otros colectivos han seguido atacando el consenso.

COBERTURA MEDIÁTICA CON FALSOS EQUILIBRIOS

Una de las formas más insidiosas, aunque a menudo inadvertidas, de desinformación es la falsa cobertura

mediática, donde las voces opuestas al cambio climático reciben el mismo tratamiento que las de los científicos del clima. La norma periodística asume que siempre hay dos lados de un asunto, dando así a las voces de la corriente principal y a las contrarias una representación igualitaria. Como resultado, los pocos científicos disidentes reciben una atención similar al 97% de los científicos que están convencidos de que los humanos están causando el calentamiento global. Si bien la situación ha mejorado en la cobertura de la prensa de prestigio, la prensa sensacionalista no ha mostrado signos de progreso. De manera similar, el 70% de la cobertura televisiva de los Estados Unidos sobre el cambio climático presenta un falso equilibrio [4]. ¿Qué impacto tiene esto? Cuando la gente ve dos posturas discutiendo sobre un tema científico complicado, se lleva la impresión de que se está produciendo un debate dividido al 50%. Cuando se trata del cambio climático, está demostrado que esta inadecuada cobertura de los medios de comunicación reduce el consenso percibido.

Una forma de ofrecer puntos de vista contradictorios sin engañar es presentando el peso e las evidencias o el peso de la información de los expertos. Estos enfoques reconocen las múltiples partes de un debate, a la vez que evalúan cuál de ellas está respaldada por pruebas y por un consenso científico. Se ha encontrado que este enfoque fomenta creencias más precisas entre el público al mismo tiempo que reconoce los puntos de vista contrarios [5]. La BBC ha decidido evitar estos falsos equilibrios y ofrecer en todos los casos una debida ponderación.

DEBATIR O NO DEBATIR

Las peticiones para “debatir” la ciencia del clima con fines propagandísticos deben evitarse. Al aceptar participar en tales debates, se corre el riesgo de informar mal al público transmitiéndole la falsa impresión de que la comunidad científica está indecisa sobre hechos básicos como el calentamiento global causado por el ser humano. Por el contrario, los debates sobre las soluciones al cambio climático merecen la pena. Ante una invitación a debatir, una respuesta útil consiste en informar a los organizadores del peligro de desinformar al público y que un asunto de conversación más apropiado y constructivo sería el de las soluciones al problema del clima. Si los organizadores perseveran en su empeño, otra opción sería emitir una declaración de prensa en la cual se explique que usted había aconsejado que no siguieran adelante debido a la naturaleza problemática del evento.

Izquierda, el consenso científico del 97% sobre el cambio climático fue divulgado en el documental del exvicepresidente de EE.UU Al Gore, *Una verdad incómoda*.

Y es que la desinformación afecta a las personas de varias maneras. Varios estudios descubrieron que proporcionar cifras engañosas reducía la aceptación del cambio climático. Otro estudio analizó seis mensajes diferentes de desinformación climática y encontró que los ataques contra el consenso fueron los más efectivos para disminuir la aceptación del cambio climático. La desinformación puede anular el impacto de la información exacta. Cuando a las personas se les presenta información contradictoria, las dos partes pueden anularse mutuamente. En otras palabras, la desinformación no sólo hace que algunas personas creen en falsedades, sino que puede hacer que dejen de creer en los hechos.

¿POR QUÉ ATACAR EL CONSENSO?

En 1998, el American Petroleum Institute, junto con otros grupos industriales y políticos, se unieron para publicar el informe "Global Climate Science Communications Plan". Encuestaron a más de 1.000 estadounidenses y encontraron que poner en duda el acuerdo científico reducía la preocupación por el cambio climático. Su estrategia fue simple pero eficaz: reclutar a un grupo de científicos para suministrar a las agencias de noticias un flujo constante de información errónea. Al explotar la norma periodística de cubrir a ambas partes, el objetivo era confundir al público a través de una cobertura falsa y equilibrada del cambio climático. Al mismo tiempo, el estratega político Frank Luntz estaba llevando a cabo una investigación de mercado sobre cómo los políticos republicanos que se oponían a las políticas para detener el calentamiento global deberían hablar sobre el cambio climático [6]. Encontró que si la gente pensaba que los expertos no estaban de acuerdo con el calentamiento global causado por el ser humano, sus opiniones sobre la política climática cambiarían. Luntz recomendó poner en duda el consenso científico para ganar el debate político. Los méritos (éticamente dudosos) de esta estrategia de comunicación han sido confirmados por los resultados de investigaciones posteriores, según los cuales cuando se dice a la gente que los expertos no están de acuerdo, su apoyo a la política medioambiental se reduce.

Más de una década después de que las corporaciones de combustibles fósiles y los estrategas políticos descubrieran el importante papel del consenso percibido y comenzaran a socavarlo sistemáticamente, los científicos sociales comenzaron a ponerse al día. Los primeros estudios se realizaron en 2011 y 2013, y se descubrió que las percepciones sobre el acuerdo científico están vinculadas al apoyo a la política climática y a la aceptación de la ciencia en general. Una investigación posterior se basó en esta línea de trabajo, avanzando el "Modelo de Creencia de Puerta de Entrada", que confirmó que lo que la gente piensa sobre el acuerdo de los expertos influye en otras actitudes climáticas clave, incluyendo si el calentamiento global está realmente causado por los seres humanos o no, y lo que es más importante, si deberíamos actuar para solucionarlo. El estado del consenso percibido como una puerta de entrada a la aceptación de la ciencia (climática) ha sido confirmado desde entonces por una serie de estudios independientes [7].

Basándose en esta investigación, los expertos en comunicación han instado a los científicos a que transmitan el abrumador acuerdo sobre el calentamiento global causado por los seres humanos, con el fin de mitigar la idea errónea de que los científicos todavía no están de acuerdo. Informar a las personas sobre el consenso no es una fórmula mágica que lo resuelve todo, pero es una herramienta poderosa para ayudar a que la gente comprenda el cambio climático y llegue a conclusiones apropiadas al respecto. **FC**

LOS AUTORES

John Cook

Research Assistant Professor del Center for Climate Change Communication de la Universidad George Mason, es especialista en ciencia cognitiva.

Sander van der Linden

Assistant Professor de Psicología Social en la Universidad de Cambridge, donde dirige un laboratorio para el estudio de toma de decisiones sociales.

Edward Maibach

Director del Center for Climate Change Communication de la Universidad George Mason. Tiene más de ochenta aportaciones científicas sobre salud pública y comunicación del cambio climático.

Stephan Lewandowsky

Professor de Psicología Cognitiva en la Escuela de Psicología Experimental de la Universidad de Bristol e investigador en el CSIRO Oceans and Atmosphere de Hobart, Australia.

REFERENCIAS

- [1] J. Cook, S. van der Linden, E. Maibach y S. Lewandowsky, *The Consensus Handbook*, 2018. doi: 10.13021/G8MM6P. El presente artículo recoge las conclusiones de este estudio.
- [2] E. Plutzer et al., *Science*, 351(6274)(2016) 664-665
- [3] M. S. Morgan y P. Howlett, *How do Facts Travel?* Cambridge University Press, Cambridge, 2010
- [4] M. T. Boykoff, y M. Mansfield, *Environmental Research Letters*, 3 (2008) 1-8
- [5] S. Dunwoody y P. A. Kohl, *Science Communication*, 39(3) (2017) 338-357
- [6] L. Ceccarelli, *Rhetoric & Public Affairs*, 14(2) (2011) 195-228
- [7] P. R. Brewer y J. McKnight, *Atlantic Journal of Communication*, 25(3) (2017) 166-180