

DE LA NEGACIÓ AL RETARDISME: GUERRA CULTURAL CONTRA L'ACCIÓ CLIMÀTICA

LLUÍS DE NADAL ALSINA

Professor de Mitjans de Comunicació,
Cultura i Societat a la University of Glasgow

La desinformació ha tingut un paper crucial en el fracàs de la humanitat per actuar davant el canvi climàtic. El Grup Intergovernamental d'Experts sobre el Canvi Climàtic (IPCC) –organisme de les Nacions Unides encarregat d'avaluar la ciència climàtica– ha advertit que la comunicació pública al voltant del canvi climàtic s'ha vist greument pertorbada per afirmacions falses o enganyoses sobre les seves causes i conseqüències, difoses a través dels mitjans de comunicació tradicionals i de les xarxes socials. La desinformació és vista en general com una font de confusió pública i un obstacle per escometre polítiques climàtiques més ambicioses.

Des de finals de la dècada dels vuitanta, quan l'escalfament global va començar a despertar l'atenció pública, la indústria dels combustibles fòssils es va mobilitzar per protegir els seus interessos de l'amenaça de la regulació. Una estratègia clau va ser el «negacionisme climàtic», que va consistir a negar l'existència del canvi climàtic, negar la responsabilitat humana en el procés o minimitzar-ne les conseqüències. Paral·lelament, van començar els atacs contra les credencials i les afirmacions de determinats científics. Com mostren Naomi Oreskes i Erik Conway a *Mercaderes de la deudada* (Madrid: Capitán Swing, 2020), la indústria dels combustibles fòssils va seguir l'estratègia de la indústria del tabac que durant dècades va aconseguir retardar amb èxit la regulació fomentant dubtes i controvèrsies sobre el vincle entre tabaquisme i càncer. En ambdós casos, els directius de la indústria van entendre que sembrar el dubte erosionaria la confiança en la ciència i dificultaria l'acció, preservant els guanys obtinguts amb la demora a costa de la salut humana i del planeta.

No obstant això, en el moment actual el canvi climàtic és una evidència, fet que dificulta l'acció del negacionisme climàtic. Mostra d'això són les inundacions catastròfiques a València el 2024, els incendis forestals a Los Angeles el 2025, les sequeres prolongades o els huracans i onades de calor rècord arreu del món. D'altra banda, també han crescut la preocupació i la consciència pública, esperonades per moviments juvenils com Fridays for Future o les vagues climàtiques, que han captat l'atenció dels mitjans de comunicació i han aconseguit exercir pressió sobre els polítics, assentant les bases de l'històric Pacte Verd Europeu (2020) i del Nou Pacte Verd, que es marquen objectius ambiciosos i grans inversions en matèria d'infraestructures.

Tot i això, l'evidència del canvi climàtic no ha aconseguit aturar la «maquinària negacionista»; al contrari, la indústria dels combustibles fòssils i els seus aliats dins de la política i els mitjans de comunicació han recorregut a noves estratègies retòriques, com ara els discursos del «retardisme climàtic», que no neguen el canvi climàtic però que posen en dubte que puguem o hàgim de fer-li front. Suggereixen que el canvi climàtic és inevitable i que només ens hi hem d'adaptar. Una de les tàctiques d'aquests discursos consisteix a traslladar el pes de la responsabilitat als individus, posant l'accent en les eleccions personals –com millorar l'aïllament a la llar o comprar un automòbil més eficient– en lloc d'apel·lar a una reforma de caire estructural. Un altre dels seus estratagemes consisteix a apel·lar a la justícia social i als costos de la transició, ometent les injustícies de la inacció o els beneficis més amplis de la política climàtica, com la millora en la salut o la creació de nous llocs de feina.

Un exemple d'aquest pas de la negació al retardisme és l'auge de «l'escepticisme sobre les emissions nul·les, especialment popular entre l'extrema dreta, que el presenta com un objectiu inassolible i terriblement costós. Aquest és el cas de *Reform UK* el partit de Nigel Farage, un dels promotors del Brèxit. Conegut en el seu moment per defensar que el canvi climàtic era part d'un cicle natural, ara se centra a atacar l'objectiu de petjada de carboni zero i l'etiqueta de «desastre complet i absolut». I gràcies a l'enduriment dels seus postulats, també dels climàtics, *Reform UK* creix molt ràpidament en la política britànica. Presenta una intenció de vot que ronda el 30% i que amenaça d'acabar amb el Partit Conservador, en una dinàmica que recorda l'eclipsi de Les Républicains (LR) francesos per part del Rassemblement National de Marine Le Pen. Els conservadors britànics, conscients d'això, se sumen a l'escepticisme sobre les emissions nul·les titllant d'«impossible» l'objectiu fixat per al 2050.

Hi ha hagut un altre canvi important, no sobre el missatge, sinó sobre el missatger. La maquinària negacionista s'ha adaptat a un entorn mediàtic dominat pels *influencers* a les xarxes socials, que s'han convertit en una font d'informació important, especialment entre els més joves. Durant dècades, el negacionisme climàtic s'ha servit dels mitjans de comunicació tradicionals per estendre's, traient rèdit del principi periodístic de presentar les diverses opinions de manera equilibrada, fins i tot quan l'evidència científica estava de manera aclaparadora a favor d'un dels dos bàndols. Això va provocar un «biaix per equilibri» –segons la terminologia emprada per Boykoff i Boykoff al seu article de 2024 «Balance as bias: global warming and the US prestige press», publicat a *Global Environmental Change*–, fent que la ciència del clima semblés controvertida quan en realitat no ho era. I quan, finalment, els principals mitjans de comunicació tradicionals van

rectificar, els *influencers* van agafar el relleu. Entre aquests destaca el psicòleg canadenc Jordan Peterson, el qual va saltar a la fama atacant allò que era políticament correcte i l'ús, segons el seu parer forçat, dels pronoms de gènere neutre. Amb el temps, Peterson s'ha convertit en protagonista de la guerra cultural i un paladí de cert sector d'homes blancs i heterossexuals molestos pels canvis en les normes relatives al gènere i la diversitat. La seva creuada s'estén ara a la lluita contra el canvi climàtic, a la qual titlla de ser una «pseudoreligió» que duu al control socialista. A Twitter (ara X), va acusar un model per disminuir el trànsit a Oxford de ser l'obra d'un complot de «buròcrates tirànics» per controlar on pot conduir la gent. El 2023, va llançar l'Alliance for Responsible Citizenship (ARC), una organització internacional que té com a objectiu reunir veus conservadores al voltant de valors occidentals tradicionals com la família, la llibertat, així com també la resistència a l'agenda climàtica. Investigacions periodístiques han demostrat que l'ARC compta amb el suport dels interessos dels combustible fòssils, en concret el Grup Legatum, empresa d'inversió amb seu a Dubai.

Gran part del que diuen Peterson i els convidats al seu *podcast* sobre el canvi climàtic és objectivament incorrecte i es pot considerar desinformació. Científics del clima com John Abraham, de la Universitat de St. Thomas (Minnesota, EUA), han qualificat algunes de les seves afirmacions –com la idea que el clima és massa complex per plasmar-lo en models– de «xerrameca sense sentit». I es pot aplicar el mateix als discursos retardistes, que sovint es serveixen d'afirmacions falses i desacreditades per la ciència. Fins i tot quan tenen pinzellades de veritat, utilitzen una lògica perversa o emmarquen el problema en termes partidistes per atiar la divisió i involucrar la política climàtica en la guerra cultural.

La maquinària negacionista, com veiem, continua evolucionant. L'ús de la Intel·ligència Artificial generativa, que ha reduït

dràsticament el cost de produir desinformació convincent, planteja un nou risc. Per això, és especialment alarmant que les plataformes digitals redueixin la verificació de dades amb el pretext de defensar la llibertat d'expressió, atès que això dona ales a la desinformació.

Les organitzacions de verificació de dades continuen sent una línia vital de defensa contra la desinformació climàtica. Diversos estudis suggereixen que les verificacions de fets (*fact checking*) poden ajudar a reduir percepcions errònies, fins i tot entre aquells que tendeixen a rebutjar la informació que contradiu les seves creences. També poden tenir un efecte dissuasiu, elevant el cost de mentir i quedar públicament exposat. Un altre mètode, conegut com a *pre-bunking* o inoculació, funciona com una vacuna: intervé abans que es consolidin les falsedats, exposant per endavant les persones a una versió debilitada de les tècniques utilitzades per després enganyar-les i refutar-les. S'ajuda així a crear una immunitat cognitiva a la futura desinformació.

No obstant això, aquestes estratègies contra la desinformació tenen limitacions, ja que desestimen el paper que tenen la cultura i la identitat a l'hora de processar la informació. La resistència a la ciència sobre el clima rarament és només una qüestió d'ignorància o de manca d'informació precisa. Sovint es basa en ansietats més profundes, com la por al canvi, la incertesa sobre el futur o la sensació que l'acció pel clima amenaça l'es-

tatus, la identitat o la cohesió de la comunitat. Els fets i els arguments tenen poc pes quan les persones senten que la seva forma de vida està amenaçada. Aquestes intervencions també tendeixen a tractar les audiències com si fossin passives, especialment en societats on la confiança en les institucions és baixa i les divisions socials, àmplies. Com més s'arrossega l'acció climàtica a la guerra cultural, on l'oposició és una qüestió més identitària que política, més difícil resulta que aquestes intervencions tinguin algun impacte.

No existeix un remei únic i, per consegüent, cal recórrer a una combinació d'enfocaments. És important desmentir (*debunking*) i prevenir o inocular (*pre-bunking*), com també regular les plataformes per garantir que assumeixin la seva responsabilitat per aconseguir una esfera pública saludable. Però és també determinant entendre i respondre als temors i ansietats que alimenten la demanda de desinformació, així com elaborar missatges que connectin amb els valors de l'audiència a la qual pretenem arribar.

Per acabar, s'han d'abordar les condicions que permeten que la desinformació creixi. Això significa trobar la forma de reduir la polarització i restaurar la confiança en institucions com la ciència, el sistema polític o els mitjans de comunicació. No és una tasca fàcil, però, per descomptat, no es recuperarà aquesta confiabilitat titllant d'estúpids, conspiracionistes o simpatitzants de l'extrema dreta a aquells que s'oposen a l'acció climàtica o creuen en la desinformació, encara que siguin els partits d'extrema dreta els que explotin més eficaçment aquestes ansietats.

