¿Somos vulnerables a la desinformación?

23/08/2022



En los últimos tres años, a raíz de la pandemia por covid-19, mucho se ha dicho sobre las noticias falsas y la desinformación. La OMS declaró la existencia de una "infodemia", y resaltó la importancia de atenderla en una situación sanitaria tan complicada como la que vivimos.

La OMS define la infodemia como la "sobreabundancia de información, en línea o en otros formatos, e incluye los intentos deliberados por difundir información errónea para socavar la respuesta de salud pública y promover otros intereses de determinados grupos o personas".[1] Asimismo, la manipulación y difusión de información no verificada y falsa a través de las redes sociales sobre el covid-19, las medidas de protección y las vacunas han entorpecido la lucha que se emprendió para controlar la emergencia sanitaria, lo que ha dificultado su manejo actual y futuro.

En ese sentido, las noticias falsas tienen un efecto

considerable que interviene en la forma en la que nos relacionamos con la sociedad, en este caso respecto de la salud pública. Por ello, se hace necesario empezar a conocer los mecanismos de su expansión y su creciente adherencia.

Desde la psicología existen múltiples conceptos y teorías que pueden explicar ciertas vulnerabilidades. En estas líneas, me enfocaré en tres aspectos que considero relevantes para iniciar la aproximación a este fenómeno: la hipótesis de la tercera persona, el sesgo de confirmación y la disonancia cognitiva.

Hipótesis de la tercera persona

La hipótesis de la tercera persona explica que a veces pensamos que los medios tienen un impacto más intenso en otros que en uno mismo. Así, subestimamos los efectos y los mensajes de los medios en cada uno, especialmente si se trata de información negativa o violenta. En cambio, si son mensajes más positivos, tendemos a considerar que impactan menos en otros y más en uno. [2]

En un estudio reciente publicado por el *Journal of Media Research*,[3] un grupo de investigadores de Rumania realizó una encuesta en la que se midió la capacidad percibida de los individuos para identificar información falsa. Los resultados arrojaron que las personas tienden a considerar que tienen más capacidad que otros para identificar información falsa. El riesgo de este optimismo o falsa confianza en sí mismo es que una persona podría subestimar su propia vulnerabilidad ante una noticia falsa.

Sesgo de confirmación

El sesgo de confirmación, un error inferencial del ser humano, se refiere a la tendencia que tenemos algunas personas a creer en la información que confirma nuestras creencias y a rechazar aquellas que las contradicen.[4] Normalmente esta información está vinculada a temas que nos hacen sentir emociones muy

fuertes; por ejemplo, en cuestiones acerca de salud, religión y política.

Todo es información; por ello el tema es tan complejo. Hay que recordar que los actores que fabrican las noticias falsas utilizan este tipo de vulnerabilidades para atraer a más personas y hacerlas caer en la desinformación, pues tienen una agenda e intereses particulares, sean políticos, económicos o propagandísticos, entre otros. [5]

Disonancia cognitiva

La disonancia cognitiva se presenta luego de que una persona se enfrenta a cierta información (también puede ser pensamientos o actitudes) que va en contra de sus creencias.[6] Muchas veces esta experiencia negativa lleva a las personas a descartar o rechazar la información que las contradice para aliviar la disonancia.[7]

¿Cómo empezar a considerar estas dimensiones?

Si bien son situaciones inconscientes que pueden pasar desapercibidas, necesitamos armarnos de herramientas para empezar a identificarlas. Para ello, se vuelve fundamental trabajar desde las escuelas, donde se desarrolle un enfoque que nos permita aprender cómo identificar aquellos puntos ciegos propicios para el filtro de la información falsa.

Quizás en el futuro se pueda apostar por la "alfabetización mediática e informacional" (AMI), definida por la Unesco como "un conjunto de habilidades que permite al individuo comunicarse, expresarse, buscar, recibir e impartir información de ideas, mediante la evaluación crítica de los medios de comunicación fuentes de información". [8]

La AMI supone un trabajo transversal, para lo cual la Unesco propone un modelo de currículum que puede ser adaptado a distintos contextos. Esta guía centra sus esfuerzos en la intensa capacitación de los docentes. Así, impulsar el

desarrollo de los profesores en esta área resulta urgente, pues son aquellas personas que forman a los estudiantes y los ayudan a desarrollar aquellas herramientas las que los ayudarán a ser conscientes ante la desinformación.

---

[1] OMS (23 de septiembre de 2020). "Gestión de la Infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa". Disponible en: https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation (última consulta: 09/08/22).

[2] Jeongwon Yang y Yu Tian (2021). "Others Are More Vulnerable to Fake News than I Am": Third-Person Effect of COVID-19 Fake News on Social Media Users. *Computers in Human Behavior*. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35228774/> (última consulta: 07/08/22).

[3] Oana Ștefăniță, Nicoleta Corbu y Raluca Buturoiu (2018). Fake News and the Third-Person Effect: They Are More Influenced than Me and You". *Journal of Media Research*. Disponible en: https://www.mrjournal.ro/docs/R2/32jmr1T.pdf (última consulta: 10/07/22).

[4] Raymond Nickerson (1998). "Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises". *Review of General Psychology*. Disponible en: https://journals.sagepub.com/doi/10.1037/1089-2680.2.2.175 (última consulta: 23/06/22).

[5] Claire Wardle (2017). “Fake News. It’s Complicated”. *First Draft*. Disponible en: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/> (última consulta: 06/07/22).

[6] Kathrin Figl, Samuel Kießling, Christiane Rank y Svitlana Vakulenko (2019). “Fake News Flags, Cognitive Dissonance, and the Believability of Social Media Posts”. AIS Electronic Library. Disponible en: < https://core.ac.uk/download/pdf/301383848.pdf> (última consulta: 23/07/22).

[7] Monika Taddicken y Laura Wolff (2020). “‘Fake News’ in Science Communication: Emotions and Strategies of Coping with Dissonance Online”. *Media and Communication*. Disponible en: https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/2495 (última consulta: 08/07/22).

[8] Wilson, C & Grizzle, A. (2011) Alfabetización Mediática e Informacional Curriculum para profesores. Quito: UNESCO. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099