

***Irene Cruz, Daniel Ortín y Jaume Suau***

## **¿Por qué los ciudadanos son propensos a creer y difundir noticias falsas?**

Diciembre de 2024.

**Proyecto seleccionado en la Social Research Call, 2021**

Las noticias falsas constituyen una amenaza para la democracia, por lo que es esencial comprender cómo funcionan. Este estudio presenta los resultados de un experimento en el que se mostraron noticias verdaderas y falsas de distintos medios de comunicación a un total de 2.500 participantes. Las narrativas de estas noticias representaban la desinformación más relevante en el momento de la encuesta, y los participantes debían decidir si cada noticia era verdadera o falsa y si la compartirían o no. También se les pidió que respondieran a varias preguntas sobre sus pensamientos y creencias, orientación política y circunstancias personales, con objeto de identificar qué factores les influyeron a la hora de dar credibilidad a una noticia y de compartirla.

### Puntos clave

1

La credibilidad en un medio de comunicación en concreto aumentó la percepción de veracidad de una noticia, con independencia de que esta se basara en información verdadera o falsa.

2

Un titular que transmitía una idea positiva aumentaba la percepción de veracidad de la noticia y la probabilidad de que fuera compartida.

3

Tener un mayor nivel de conocimientos previos (autoevaluados) sobre un tema no permitió predecir de forma fiable el poder detectar una noticia falsa. En cambio, sí que aumentó la probabilidad de compartir y, por tanto, de difundir la noticia.

4

Identificarse como de derechas o autoposicionarse ideológicamente con las ideas principales expresadas en una noticia –como creer que determinados delitos deberían castigarse con la pena de muerte, o que el aborto debería estar prohibido– se correlacionó con otorgar una mayor veracidad a las noticias falsas y con una mayor probabilidad de compartirlas.

Las noticias falsas se presentaron como si hubieran sido difundidas por medios de comunicación reales (izquierda y centro) y por un medio de comunicación inventado (derecha)

rtve

Estudios recientes apuntan que las vacunas COVID-19 pueden implicar leves efectos adversos

03.05.2022 | 11:48 horas  
Por RTVE.es / ALBA JUSTEL, MADRID

f t w a b e

TIEMPO DE LECTURA: 5 min.

EL PAÍS

SOCIEDAD

La NASA exime de responsabilidad a las personas por el cambio climático

Los estudios del científico Milankovitch descartan la acción humana en el calentamiento global

CATALINA TABERNER  
Madrid - 24 julio 2022 - 17:18 CEST

NOTICIAS HOY

Guerra Ucrania - Rusia

Una supuesta agresión de la OTAN habría causado la invasión de Ucrania

Putin afirma que "fue una decisión obligada" tomada por "un país fuerte, soberano e independiente"

Por María Ibáñez Madrid  
15/07/2022, 10:44

Nota: las noticias fueron creadas para el experimento, imitando el diseño de varios medios de comunicación reales e incluyendo uno inventado. Tras recabar los datos, se reveló la naturaleza del contenido a los participantes.

Fuente: elaborado por los autores para este experimento.

El Observatorio Social de la Fundación "la Caixa".

¿Qué factores aumentan la credibilidad de las noticias falsas y su potencial de difusión?

En el contexto polarizado en el que vivimos, las opiniones y percepciones de los ciudadanos sobre los medios de comunicación están configuradas por su propia ideología, al tiempo que identifican posiciones políticas en los distintos medios. El carácter político de los medios de comunicación reduce la credibilidad de los ciudadanos en estos medios o, al menos, en aquellos que no concuerdan con su ideología. A la vez, las noticias falsas y la desinformación son muy habituales.

Este escenario plantea una serie de preguntas clave a los científicos sociales: ¿tienden las personas a dar más credibilidad a unas noticias que a otras? ¿Son propensas a dar credibilidad a noticias falsas? ¿Qué factores pueden ayudarnos a comprender a qué noticias dan credibilidad? Este artículo explora estas preguntas a través de un experimento realizado en España con noticias basadas en información real y falsa, presentadas a través de medios de comunicación reales e inventados.

El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 9 y el 25 de mayo de 2023, y la empresa de investigación GESOP se encargó de supervisar su ejecución. Los métodos empleados en este estudio consistieron en una encuesta experimental realizada a 2.500 residentes en España de entre 18 y 74 años de edad.

El cuestionario se realizó en línea, de forma autoadministrada, utilizando un panel de usuarios de internet. Constaba de cinco secciones: a) una serie de preguntas sobre consumo y

percepción de los medios de comunicación; b) una serie de preguntas sobre creencias políticas esenciales; c) una versión de 10 preguntas del test de personalidad del International Personality Item Pool (IPIP) (denominado TIPI); d) una serie de preguntas demográficas, y e) la parte experimental.

El experimento consistió en mostrar de forma consecutiva a cada participante seis noticias sobre los temas tratados: género, inmigración, cambio climático, guerra de Ucrania, vacunas contra la covid-19 y violencia sexual. Cada noticia variaba aleatoriamente la combinación de los siguientes elementos: nombre del medio de comunicación, tono del titular (positivo, neutro o negativo), género del periodista, nacionalidad (aparente) del periodista, la inclusión o ausencia de una imagen y, en el caso de incluir una imagen, el tono (positivo, neutro o negativo) de esta.

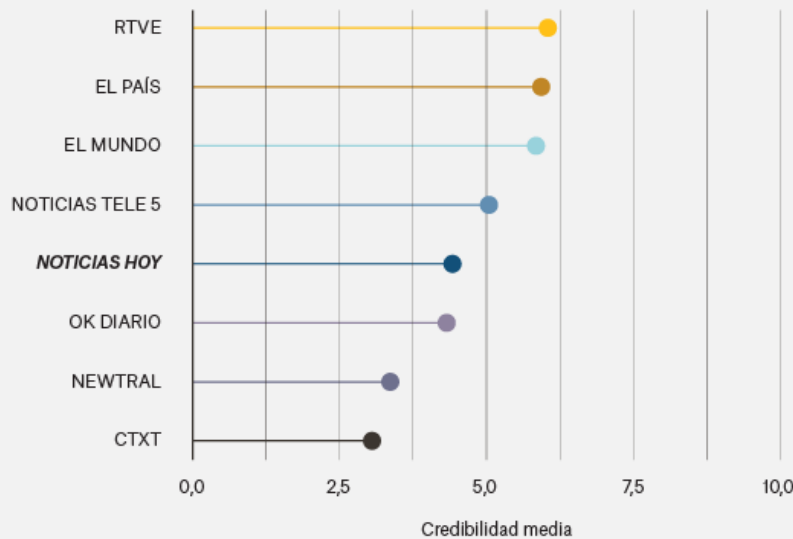
1. La credibilidad en un medio de comunicación en concreto aumentó la percepción de veracidad de una noticia

Las noticias utilizadas en el experimento se presentaron como procedentes de distintos medios de comunicación españoles –CTXT, El Mundo, El País, Newtral, Okdiario, RTVE y Telecinco– y de un medio de comunicación inventado: Noticias Hoy. A diferencia de los medios reales, que contaban con partidarios y detractores entre los participantes, el medio inventado tendía a obtener más puntuaciones medias.

Los datos derivados del experimento muestran que el nivel de credibilidad de los individuos en los medios de comunicación españoles seleccionados y en el inventado fue relevante a la hora de confiar –o no confiar– en las noticias presentadas en el artículo. En concreto, la credibilidad expresada previamente en un medio de comunicación aumentó significativamente la probabilidad de que un participante confiara en la noticia presentada por dicho medio. Durante el experimento, esto ocurrió tanto si la noticia en cuestión estaba basada en información real como en información falsa.

Gráfico 1. **El medio de comunicación inventado -Noticias Hoy- recibió una puntuación media de credibilidad que se situaba en el rango medio**

Nivel medio de credibilidad en cada medio de comunicación (0-10)



Fuente: elaboración propia.

El Observatorio Social de la Fundación "la Caixa".

## 2. Un titular positivo aumentaba la percepción de veracidad de la noticia y la probabilidad de que fuera compartida

Durante el experimento, se compararon tres versiones de titulares. Para cada noticia se crearon tres versiones: una con un titular positivo, otra con un titular neutro y una tercera con un titular negativo. Por ejemplo, para la noticia sobre las vacunas contra la covid-19, se presentaron los tres titulares siguientes: a) «Estudios recientes sugieren que las vacunas contra la covid-19 pueden comportar efectos adversos leves» (positivo); b) «Estudios recientes apuntan a posibles efectos adversos de las vacunas contra la covid-19» (neutro), y c) «Estudios recientes cuestionan las vacunas contra la covid-19 por sus efectos adversos» (negativo). Los artículos con titulares positivos recibieron puntuaciones medias más elevadas con respecto a la percepción de veracidad y a la probabilidad de que fueran compartidos que aquellos con titulares neutros o negativos, con independencia de que las noticias fueran reales o falsas.

## 3. Un mayor nivel de conocimientos previos sobre un tema fue significativo con relación a la probabilidad de compartir la noticia, pero no con respecto a la percepción de veracidad

Las noticias utilizadas en el experimento trataban de temas diversos: el movimiento antivacunas, el cambio climático, el género, la guerra en Ucrania, la migración y los delitos sexuales. Solamente las noticias sobre delitos sexuales eran reales. Los participantes que declararon tener conocimientos previos sobre una noticia (real o falsa) eran más propensos a compartirla. Sin embargo, los niveles más elevados de conocimientos previos (autoevaluados) sobre un tema no afectaron a la percepción de veracidad atribuida a las noticias falsas.

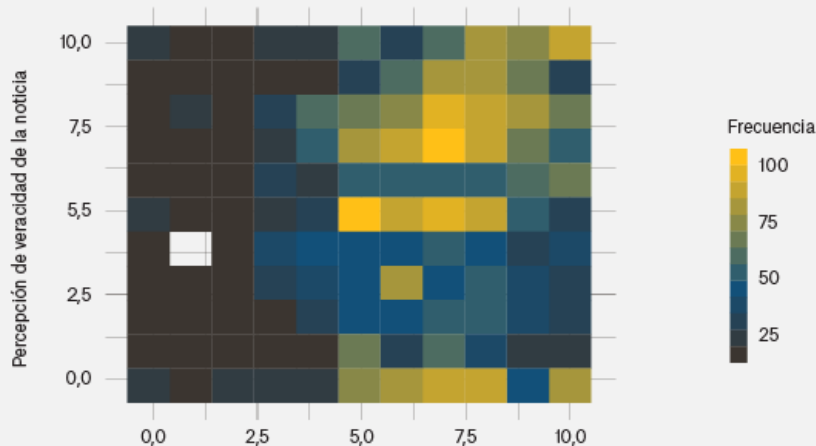
Por término medio, los encuestados tendieron a declarar que tenían unos conocimientos moderados o altos sobre los distintos temas. No obstante, en lo que se refiere a la percepción

de veracidad, se observa una gran concentración de valores en 0 (es decir, los encuestados no otorgaron credibilidad a las narrativas). Los valores de percepción de veracidad superiores a 0 e inferiores a 4 fueron poco frecuentes en todos los niveles de conocimientos autodeclarados. Un valor de 5 fue bastante frecuente, lo que puede interpretarse como un posicionamiento intermedio en los temas polémicos tratados. Los niveles de percepción de veracidad superiores a 7 se dieron con mayor frecuencia cuando los niveles de conocimientos autodeclarados también eran iguales o superiores a 7.

La conclusión inmediata que se puede extraer de ello es que los niveles de conocimientos autodeclarados por los participantes sobre un tema en concreto no permitían predecir de forma fiable su capacidad para detectar noticias falsas. En cambio, los participantes que otorgaron puntuaciones altas de veracidad a estas noticias falsas habían tendido a autodeclarar niveles de conocimientos más altos que el resto de los encuestados. Este hallazgo podría ser útil en la elaboración de políticas de prevención e intervención: es posible que los ciudadanos tiendan a considerar que poseen más conocimientos de los que en realidad tienen, lo que aumenta la probabilidad de que den credibilidad a noticias falsas. Por ello, son cruciales las políticas de alfabetización mediática y las estrategias de verificación factual.

**Gráfico 2. Los encuestados que atribuyeron un alto grado de veracidad a las noticias falsas tendían a poseer un mayor nivel de conocimientos autodeclarados sobre el tema**

Relación entre el nivel de conocimientos autodeclarados sobre un tema (0-10) y la percepción de veracidad otorgada a una noticia sobre dicho tema (0-10)



Fuente: elaboración propia.

El Observatorio Social de la Fundación "la Caixa".

#### 4. Identificarse como de derechas aumentó la percepción de veracidad de una noticia y la probabilidad de compartirla

El autopoicionamiento ideológico se midió de dos formas. Por un lado, los participantes evaluaron su orientación política en una escala que oscilaba entre la extrema izquierda y la extrema derecha; también había una opción «apolítica». Por otro, debían indicar hasta qué punto estaban de acuerdo con una serie de afirmaciones acerca de sus creencias básicas.

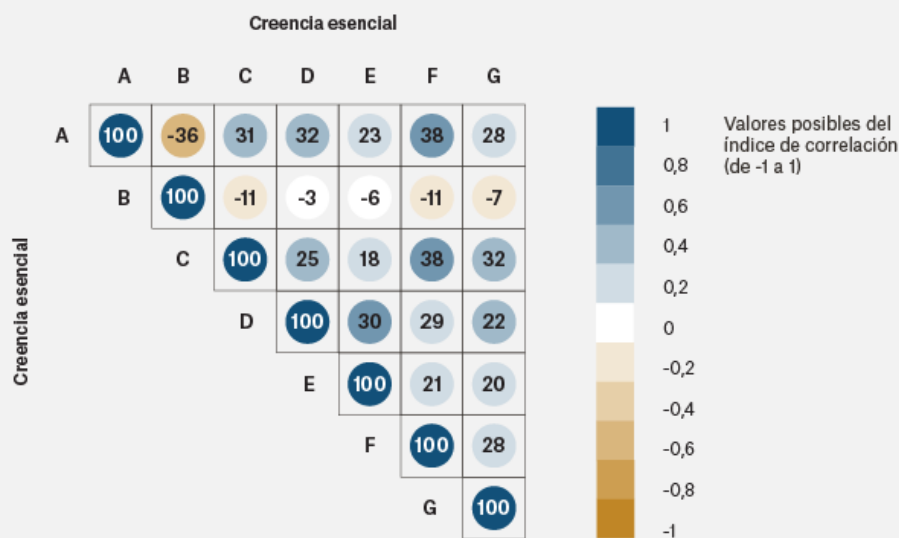
Estas afirmaciones permiten situar a los individuos a lo largo de dos ejes: uno que representa el continuo del individualismo-colectivismo y otro que representa el continuo del autoritarismo-liberalismo. Esta forma de medir la ideología política ofrece una radiografía mucho más precisa de las posiciones políticas que la clásica escala de izquierda-derecha.

En cuanto a los resultados, ambas medidas apuntan en la misma dirección. En concreto, muestran que identificarse con la derecha o estar de acuerdo con creencias esenciales conservadoras, que tienden más hacia el autoritarismo y el individualismo, aumentaba la probabilidad de confiar en las noticias y de compartirlas, con independencia de que fueran reales o falsas.

En el eje del individualismo-colectivismo, las creencias esenciales sobre a) la inaceptabilidad del aborto y b) la idoneidad de los progenitores homosexuales tiende a excluirse mutuamente; es decir, los participantes que estaban de acuerdo con una de ellas tendían a rechazar la otra, lo que se indica mediante una correlación negativa (-0,36).

Gráfico 3. **Las creencias esenciales en la inaceptabilidad del aborto y la idoneidad de las parejas homosexuales se correlacionaron negativamente**

Matriz de correlaciones de las creencias esenciales en el eje del individualismo-colectivismo (correlación de -1 a 1)



**Creencias esenciales:** A. El aborto debería ser ilegal cuando la vida de la madre no corre peligro. B. Las parejas homosexuales pueden ser tan idóneas como cualquier otra. C. En una situación de crisis económica, los nacionales deberían tener prioridad sobre los inmigrantes a la hora de ocupar los puestos de trabajo disponibles. D. Actualmente, España es una sociedad meritocrática, en la que el éxito depende principalmente del esfuerzo personal. E. «De cada cual, según sus capacidades; a cada cual, según sus necesidades» es un buen principio político. F. Los museos y teatros que no sean comercialmente viables no deberían subvencionarse con fondos públicos. G. Los desempleados que sean capaces de trabajar no deberían esperar recibir ayuda social.

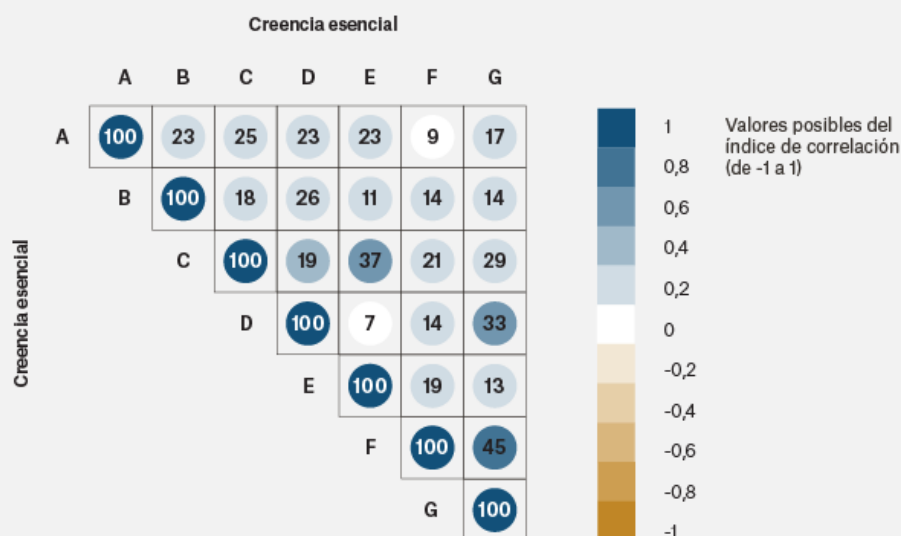
Fuente: elaboración propia.

El Observatorio Social de la Fundación "la Caixa".

En el eje del autoritarismo-liberalismo, las correlaciones más altas se observaron entre «F. Convicciones sobre las creencias de los conservadores» y «G. Amistad con una persona de ideología contraria», con una correlación de 0,45, y también entre «E. Desconfianza en las leyes» y «C. Desconfianza en el sistema», con una correlación de 0,37. Para determinar hasta

qué punto están extendidas estas creencias entre los distintos grupos sociales, se precisaría llevar a cabo una investigación más profunda.

Gráfico 4. **La creencia de que todos los conservadores tienen actitudes discriminatorias se correlacionó con la creencia de que sería imposible entablar amistad con alguien que tuviera una ideología distinta**  
Matriz de correlaciones de las creencias básicas en el eje del autoritarismo-liberalismo (correlación de -1 a 1)



**Creencias esenciales:** A. La pena de muerte debería ser una opción para los delitos más graves. B. Aunque en la era electrónica la policía puede tener vigilado a cualquiera, esto solo debería preocupar a quienes tengan malas intenciones. C. El sistema actual no tiene arreglo. D. En una sociedad civilizada, debe haber gente por encima a la que obedecer y gente por debajo que obedezca. E. Las leyes son otra forma que tienen los poderosos de controlarnos. F. En el fondo, todas las personas conservadoras son racistas, sexistas y homófobas. G. No me imagino entablar amistad con una persona de ideología contraria a la mía.

Fuente: elaboración propia.

El Observatorio Social de la Fundación "la Caixa".

5. Creer y difundir noticias falsas se asocia tanto con la credibilidad en el medio de comunicación como con titulares positivos, una ideología de derechas y creencias esenciales compartidas

Esta investigación ha identificado varios factores asociados con la credibilidad en las noticias falsas; a saber: la credibilidad previa en el medio de comunicación, una afirmación positiva en el titular, autoidentificarse como de derechas y tener creencias esenciales que concuerden con la derecha política (más cercanas a las inclinaciones autoritarias e individualistas). Unos factores similares se asocian con la intención de los participantes de compartir contenidos de noticias falsas, aunque el medio de comunicación en sí resultó ser menos importante que los conocimientos previos autodeclarados. En el contexto polarizado en el que vivimos, las noticias falsas son muy habituales. Identificar qué factores llevan a los ciudadanos a confiar en contenidos falsos y a difundirlos puede contribuir a contrarrestar la desinformación.

## 6. Referencias

MASIP, P.; J. SUAU; C. RUIZ-CABALLERO (2020): «Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español», Profesional de la Información, 29(5).

SNIDERMAN, P. M.; J. N. Druckman (ed.) (2011): «The Logic and Design of the Survey Experiment», Cambridge Handbook of Experimental Political Science, 102-114.