



B. Robles-Martínez<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Isabel I, [www.ui1.es](http://www.ui1.es), Burgos, España

[beatriz.robles.martinez@ui1.es](mailto:beatriz.robles.martinez@ui1.es)

La desinformación ya es considerada una amenaza a nivel global. Entidades como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1) o el Foro Económico Mundial (WEC) (2), entre otros, han mostrado su preocupación por el impacto que puede tener sobre la política, la democracia y la libertad de expresión, además de suponer un riesgo para la seguridad de grupos sociales e individuos. La Comisión Europea (CE) considera que *las sociedades democráticas dependen de la capacidad de los ciudadanos para acceder a una variedad de información verificable, de forma que puedan formarse un criterio sobre las cuestiones políticas* (3).

Las alteraciones provocadas por el efecto de la desinformación sobre procesos electorales recientes (las elecciones presidenciales norteamericanas de 2016 (4,5) y el referéndum sobre la salida del Reino Unido de la Unión Europea - Brexit- (6–8) son los casos más conocidos, pero también ha afectado a procesos como las elecciones francesas de 2017 (4)) han llevado a las instituciones a desarrollar recomendaciones y planes de acción (6,9) para enfrentarse a futuras posibles injerencias que afecten a la vida de los ciudadanos.

Los ciudadanos europeos consideran que la desinformación más perjudicial es la que trata de influir sobre los procesos electorales y las políticas de inmigración, seguida de la que afecta a la salud, medio ambiente y seguridad (10).

El problema se multiplica porque la información falsa se propaga mucho más eficazmente que la real (lo hace más rápido, alcanza a más personas y es más probable que se comparta (11)), y los desmentidos son menos persistentes y deben ser argumentalmente más elaborados para tener efecto (12). Aunque las razones para que esto suceda están estudiándose, parece que la psicología (4,13,14), las habilidades cognitivas (5) y la alfabetización digital (5,12) juegan un papel cuya importancia varía según los autores. La novedad parece tener un rol trascendente (11) (pero no único (15)) en la difusión de esta información, mientras que los sesgos cognitivos contribuyen a su persistencia ya que actúan confirmando creencias previas (4,12,14–16).

Como recoge *A short guide to the history of fake news' and disinformation* (17), aunque el fenómeno no es nuevo, sí lo son los vehículos de diseminación de la desinformación (internet inicialmente, con la aparición subsiguiente de las redes sociales), que logran amplificar el mensaje exponencialmente. El desarrollo de tecnología más sofisticada y, a la vez, más sencilla de utilizar por el usuario medio (como las herramientas deepfake, que permiten manipular el audio y el vídeo de forma hiperrealista y prácticamente imposible de detectar (18)), pronostica un futuro a corto plazo en el que el pensamiento crítico y la educación serán fundamentales para mantener la libertad.

La información falsa sobre alimentación y nutrición sigue esta misma evolución. En la época contemporánea la transmisión ha progresado desde el rudimentario *Folleto de Villejuif* de 1976 (la lista mecanografiada que pasaba de mano en mano y exhortaba a la población a boicotear a determinadas industrias por el uso de aditivos autorizados,

pero supuestamente tóxicos y cancerígenos) a los impactantes vídeos virales (19) que alertan sobre peligros infundados y que alcanzan los millones de reproducciones en días.

Paralelamente a este fenómeno, cobra especial importancia el trabajo de los divulgadores científicos. A pesar de que el 75% de los investigadores consideran que difundir el conocimiento científico a la población general es importante, los métodos de divulgación más frecuentemente utilizados son las revistas científicas y las conferencias académicas (20) (vías completamente alejadas de dicho público). Este tipo de estrategias son las que se usaban hace décadas y los resultados de los estudios no llegan de forma eficiente ni siquiera a los responsables de implementarlas en la práctica (poder legislativo y personal sanitario) (21). Es necesaria una divulgación más estratégica que incorpore elementos propios de otras disciplinas como la comunicación, centrada en el mensaje y en el público diana, y que aproveche los diversos canales en los que se encuentra esta audiencia para hacer llegar la información con eficacia (12,20,21).

Los divulgadores científicos tienen las herramientas necesarias para trasladar correctamente el mensaje: por un lado, cuentan con la capacitación técnica para interpretarlo correctamente y, por otro, son conocedores de los canales de información y del público objetivo. Estas habilidades son de interés para descodificar correctamente la información y trasladarla al lenguaje de la audiencia diana, para lograr una comunicación eficaz sin perder rigor en el proceso. Organismos como el National Institute for Health Research (NHS) señalan el papel de los *influencers* en la estrategia de comunicación de los investigadores (22).

Conflictos de interés: docente en la Universidad Isabel I. Colaboradora de Materia Ciencia El País y Webconsultas. Consultora freelance.

## REFERENCIAS

1. United Nations (UN) Special Rapporteur on Freedom of Opinion and Expression, Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE) Representative on Freedom of the Media, Organization of American States (OAS) Special Rapporteur on Freedom of Expression and the African Commission on Human and Peoples' Rights (ACHPR) Special Rapporteur on Freedom of Expression and Access to Information. Joint declaration on freedom of expression and "fake news" disinformation and propaganda [Internet]. Viena: 2017 [cited 2019 Jan 31]. Available from: <https://www.osce.org/fom/302796>
2. World Economic Forum. Outlook on the Global Agenda 2014 [Internet]. Davos: World Economic Forum; 2013 [cited 2019 Jan 29]. Available from: <http://reports.weforum.org/outlook-14/>
3. European Commission. Action Plan against Disinformation [Internet]. Brussels: European Commission; 2018 Dec 5 [cited 2019 Jan 31]. Available from: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/action-plan-against-disinformation>
4. Lazer DMJ, et al. (2018). Science. 359(6380):1094–6.
5. Guess A, et al. (2019). Sci Adv. 5(1): eaau4586.

6. Digital, Culture, Media and Sport Committee. House of Common. Disinformation and 'fake news': Interim Report [Internet]. London: House of Commons; 2018 [cited 2019 Feb 1]. Available from: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/363/36302.htm>
7. The Policy Institute at King's College London, Ipsos MORI, UK in a Changing Europe. Brexit misperceptions [Internet]. London: Policy Institute at King's College London and Ipsos MOR; 2018 [cited 2019 Feb 1]. Available from: <http://ukandeu.ac.uk/research-papers/brexit-misperceptions/>
8. Hänska M, & Bauchowitz S. (2017). In: Mair, John, Clark, Tor, Fowler, Neil, Snoddy, Raymond & Tait, Richard, (eds.) Tweeting for Brexit: how social media influenced the referendum (pp. 31-35). UK: Bury St Edmunds
9. European Commission. Code of Practice against disinformation: Commission calls on signatories to intensify their efforts [Internet]. Brussels: European Commission; 2019 [cited 2019 Feb 1]. Available from: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-19-746\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-746_en.htm)
10. Comisión Europea. La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo [Internet]. Bruselas: Comisión Europea; 2018 [cited 6 Nov 2018]. Available from: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/flash/>
11. Vosoughi S, et al. (2018). Science. 359(6380):1146–51.
12. Chan MS, et al. (2017) Science. 28(11):1531–46.
13. Collier R. (2018). CMAJ. 190(19):E578.
14. Cook J, et al. (2017). PLoS One. 12(5):e0175799.
15. Shao C, et al. (2018). Nat Commun. 9(1):4787.
16. Chou W-YS, et al. (2018) JAMA.
17. Posetti J, Matthews A. A short guide to the history of 'fake news' and disinformation [Internet]. Washington: International Center for Journalist; 2018 Jul [cited 1 Feb 2019]. 19p. Available from: <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>
18. Deepfake videos: Inside the Pentagon's race against disinformation [Internet]. Atlanta: CNN Bussiness; 2019 [cited 2019 Feb 1]. Available from: <https://edition.cnn.com/interactive/2019/01/business/pentagons-race-against-deepfakes/>
19. @WildOmbre. Fake foods. <https://twitter.com/WildOmbre/status/1039596718373908480>. 2018 Sep 11. [cited 2019 Feb 1]. [Tweet]. Available from: <https://twitter.com/WildOmbre>
20. Brownson RC, et al. (2013). Am J Public Health. 103(9):1693–9.
21. Brownson RC, et al. (2018). J Public Health Manag Pract . 24(2):102–11.
22. National Institute for Health Research. How to disseminate your research: Getting your message heard - and used. London: National Institute for Health Research; [cited 2019 Jan 30]. Available from: <https://www.nihr.ac.uk/funding-and-support/funding-for-research-studies/manage-my-study/how-to-disseminate-your-research/>