

CÁPSULA 2

¿Cómo actúa la desinformación en nuestro cerebro?

Identificamos los mecanismos neuropsicológicos que provocan que la desinformación circule más rápidamente que la información rigurosa, y trabajamos la manera de combatirlo

desfake.cat



Resumen de la sesión

En esta cápsula se explica cómo las emociones juegan un papel clave en la difusión de la desinformación. También se introducen algunas herramientas y consejos sobre cómo verificar las informaciones que nos llegan a partir de la distinción entre hechos y opiniones. Los dos bloques de contenido combinan una parte teórica con una parte práctica, donde se espera la contribución del alumnado:

- **Bloque 1.** Las emociones y sesgos cognitivos
- **Bloque 2.** Hechos y opiniones

Actividades

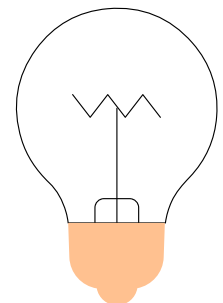
A continuación, se listan las actividades que se trabajan en la sesión y la temporización esperada

| Actividad | Temporización | Organización del grupo |
|-------------------------------|---------------|-------------------------------|
| Introducción | 5 minutos | Grupo-clase |
| Emociones y sesgos cognitivos | 20 minutos | Grupo-clase y pequeños grupos |
| Hechos y opiniones | 25 minutos | Grupo-clase y pequeños grupos |
| Conclusión | 5 minutos | Grupo-clase |

Conceptos clave

Esta cápsula tiene como objetivo trabajar los siguientes conceptos:

- La desinformación es más viral que otros tipos de contenidos, se viraliza mucho más rápido que los contenidos verídicos y las emociones juegan un papel clave.
- Cuando una información genera una emoción muy fuerte, merece la pena parar a pensar y dudar antes de compartir.
- La importancia de diferenciar los hechos de las opiniones, e identificar cuándo una información es verificable.



Materiales y recursos

Presentación de aula de la Cápsula 2
Rueda de emociones de Plutchnik: [enlace](#).



Base teórica de la sesión

Emociones y sesgos cognitivos

Las noticias falsas se difunden mucho más y mucho más rápido que las verdaderas, y no es sólo a causa de los BOTS. Los BOTS son cuentas creadas y programadas para llevar a cabo tareas de forma automática y repetitiva: pueden repiular, poner 'likes' y compartir y comentar publicaciones. En redes se utilizan de forma fraudulenta para circular informaciones de forma masiva, viralizarlas y aumentar la capacidad de influencia.

Sin embargo, la viralidad de la desinformación se debe sobre todo al comportamiento de las personas normales y corrientes, que cuando reciben noticias engañosas o desinformaciones las comparten y las difunden. Esto se debe a que las desinformaciones, por cómo están escritas y diseñadas, captan rápidamente la atención de nuestro cerebro y generan emociones fuertes como sorpresa, disgusto, curiosidad, compasión, urgencia,

rabia, miedo, morbo, etc., que nos llevan a reaccionar de forma más impulsiva ya compartirlas más que la información verídica.

Otro factor que influye en la rápida viralización de la desinformación es la forma que tiene nuestro cerebro de procesar la información. Debe tomar muchísimas decisiones de forma muy rápida, constantemente, y de la mayoría ni nos damos cuenta. A veces, para no gastar tanta energía, simplifica el camino y toma atajos. El problema viene cuando estos atajos llevan a equivocarse ya llegar a conclusiones apresuradas.

Algunos de estos atajos mentales los utilizamos de forma inconsciente casi siempre y nos autoengañamos, se llaman **sesgos cognitivos**.

Se han identificado hasta 200 tipos de sesgos cognitivos. A continuación detallamos los que afectan más a la hora de desinformarnos:

- **Sesgo de confirmación:** las personas tendemos a buscar información que coincide con nuestra forma de pensar. En muchas ocasiones buscamos reforzar y validar nuestras ideas porque nos hace sentir bien. Cuando nos encontramos con una información que coincide con nuestra forma de pensar o ver el mundo, tendemos a no evaluarla o verificarla, sino a darle credibilidad y compartirla directamente.
- **Sesgo de grupo:** Tendemos a estar inconscientemente de acuerdo con las personas que forman parte de nuestro grupo sin cuestionarlos. Si un amigo o familiar comparte una desinformación en el grupo de Whatsapp familiar, nos cuesta más estar al acecho.
- **Sesgo de repetición:** Tendemos a pensar que una idea es verídica si la sentimos y vemos repetida muchas veces.

Hechos y opiniones

Verificar es comprobar la verdad de algo. Sin embargo, para que sea comprobable necesitamos datos que nos sirvan para confirmarla o desmentirla. Para aprender a verificar la desinformación, primero debemos aprender a identificarla y ver si se puede o no contrastar. Una buena forma de conseguirlo es aprender a **diferenciar entre hechos y opiniones:**

- **Un hecho** es una afirmación que puede ser verificada o demostrada como verdadera. Los hechos son la base de las noticias creíbles. Ejemplo: *En BCN viven xxx inmigrantes.*
- **Una opinión** es un juicio, una valoración personal sobre un hecho, situación o persona. Ejemplos: *Los inmigrantes no deberían recibir ayudas. Los gatos son mejores que los perros.*

Las opiniones no son verificables y los hechos son verificables cuando pueden

comprobarse con datos y pruebas. Cuando nos expresamos, solemos combinar hechos y opiniones, en ocasiones relacionamos hechos con opiniones para revalidar lo que decimos. Puede verse bien con el siguiente ejemplo:

| FRASE | ¿VERIFICABLE O NO? |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| “Ada Colau es un hipócrita.” | No es verificable, puesto que se trata de una opinión. |
| “Aunque era una activista contra los desahucios, Ada Colau tiene cuatro casas en la montaña y en la playa y es propietaria de un piso que ofrece en Airbnb. Es una hipócrita.” | Tiene partes verificables y otras que no. Por ejemplo, podríamos acceder al registro de la propiedad para comprobar si los datos sobre sus propiedades son ciertos o no. La última frase no es verificable por tratarse de una opinión. |

En los contenidos que circulan por las redes se encuentran muchas más opiniones que hechos contrastables, puesto que producir información de calidad requiere mucha más inversión de tiempo y dinero que generar contenidos de opinión. Sin embargo, es importante tener en cuenta que si no buscamos hechos objetivos, y, en cambio, interpretamos la información siguiendo nuestros sesgos, podemos encontrarnos que nos falte información importante para entender y tomar decisiones. A la hora de informarse es saludable equilibrar e intentar priorizar los hechos por delante de las opiniones.

Orientaciones didácticas

Introducción - 5 minutos

Para iniciar la sesión puede recordarse el objetivo del programa Desfake y la importancia de combatir la desinformación. Se puede explicar que en esta sesión se hablará sobre la importancia de las emociones en la circulación de la desinformación, y preguntar al alumnado cómo creen que influyen. Esta actividad inicial permite movilizar las ideas previas del alumnado.

Emociones y sesgos cognitivos - 20 minutos

Actividades

- 1) Mostrar las noticias de la presentación y pedir a los alumnos qué emociones les generan. Identificar la carga emotiva de aquellas que son falsas.
- 2) Explicar cómo las emociones y los sesgos cognitivos influyen en la viralización de la desinformación y los contenidos falsos.
- 3) Presentar las dos situaciones planteadas en las orientaciones metodológicas e identificar los sesgos de confirmación que aparecen.
- 4) Concluir el blog poniendo énfasis en cómo las informaciones falsas movilizan muy bien las emociones, y en la importancia de sospechar ante cualquier noticia que genere emociones fuertes. Recomendar hacerse la siguiente pregunta ante cualquier información que pueda parecer sospechosa.

¿Qué emoción me hace sentir?

Orientaciones metodológicas

- La primera actividad se puede llevar a cabo de forma conjunta, dando turnos de palabra a diferentes alumnos, o bien poniendo carteles con emociones en diferentes puntos de la clase. Cada persona debe dirigirse al cartel que le hace oír cada diapositiva.
- Si desea aprovechar la dinámica para trabajar la educación emocional y la identificación de diferentes emociones puede utilizar la rueda de emociones de Plutchnik, disponible en el apartado “Materiales y recursos”.
- Las dos situaciones de la actividad 3 son las siguientes:

SITUACIÓN 1

Un jugador del Real Madrid recibe una tarjeta roja por una falta. El periodista que relata el partido explica con mucho detalle que la agresión al jugador fue desmedida. En la radio explican que causó una lesión en el otro jugador, no se sabe si grave o no. En las redes muchos usuarios insultan y culpan al jugador del Real Madrid.

El siguiente fin de semana, un jugador del FC Barcelona recibe una tarjeta roja por una falta. Ha provocado una lesión en el otro jugador, la misma que la que causó el jugador del Real Madrid. El periodista que relata el partido relativiza y cuestiona su decisión arbitral. En la radio no mencionan la lesión. En las redes sociales, los usuarios seguidores del Barcelona se lamentan por la expulsión del jugador barcelonista.

SITUACIÓN 2

Una chica de 4º de ESO, Carla, está agobiadísima preparando un examen. Recibe un mensaje por WhatsApp de su mejor amiga en la que le dice que mañana no habrá clase. Otro compañero de clase publica en TikTok un vídeo bailando para celebrar que mañana tiene su día libre.

Carla ríe, siente una alegría muy grande y se siente aliviada. Ninguno de los tres ha verificado si esta información es oficial y ha sido comunicada por la escuela y los profesores. En realidad, es sólo un rumor de que se ha inventado otra compañera para no tener que hacer el examen. Carla no se presenta en clase al día siguiente. Suspende el examen.

Es una noticia cierta. Es probable que no les genere ninguna emoción destacada o concreta como las anteriores. Cuando terminen el ejercicio servirá para constatar que los titulares informativos, las noticias, no generan las mismas emociones que la desinformación.



No es un vídeo de Greta Thunberg, es una chica que hace prácticas de tiro.

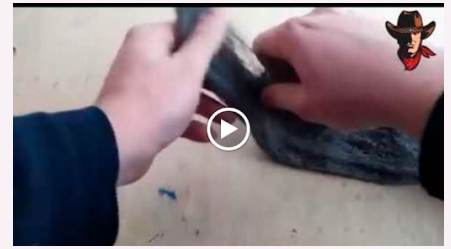


Son parte de una exposición.



Respuestas esperadas

Es un montaje.



Esta imagen se utilizó para simbolizar los efectos del cambio climático. Pero posteriormente, diferentes científicos cuestionaron que las personas que filmaron este hueso supieran realmente si estaba enfermo por falta de alimento a causa del cambio climático o si sufría algún tipo de enfermedad. No aportaban pruebas ni lo habían analizado científicamente. Pero la imagen era muy potente para reforzar su objetivo: hablar sobre los efectos del cambio climático. Las personas que filmaron el hueso forman parte de un grupo conservacionista.

Es una noticia cierta. Es probable que no les genere ninguna emoción destacada o concreta como las anteriores. Cuando terminen el ejercicio servirá para constatar que los titulares informativos, las noticias, no generan las mismas emociones que la desinformación.



Casado reuneix el comitè de direcció del PP enmig de la pressió perquè dimiteixi

- En la actividad 3, los sesgos que se detectan en ambas situaciones son el sesgo de confirmación y el sesgo de grupo. En la situación 2, además, también se identifica el sesgo de repetición

Hechos y opiniones - 25 minutos

Actividades

- 1) Explicar la diferencia entre hechos y opiniones, y por qué una información es contrastable y la otra no.
- 2) Identificar la información verificable en ambos ejemplos de la presentación.
- 3) Identificar si las noticias de la presentación son hechos u opiniones y, en caso de ser hechos, si se pueden verificar y cómo lo harían.
- 4) Realizar la siguiente dinámica con todo el grupo clase:
 - a) Cada uno debe escribir tres mensajes sobre sí mismo: un hecho (o dato), un hecho (o dato) falso o engañoso y una opinión.
 - b) En grupos, cada uno compartirá los tres mensajes y el resto del grupo debe identificar cuál es cuál.
 - c) El resto del grupo debe explicar cómo verificarían los datos para saber cuál es la falsa y argumentar si están a favor o en contra de la opinión.

Orientaciones metodológicas

Las actividades 2 y 3 se pueden llevar a cabo con todo el grupo-clase, de modo que todo el alumnado aprenda a diferenciar los hechos de las opiniones y cooperen para encontrar formas de verificar las informaciones. De esta forma les servirá para adquirir la información y practicar las habilidades que necesitarán para realizar la actividad 4.

La última actividad se recomienda realizarla en pequeños grupos para favorecer la participación y diálogo entre ellos y ellas.

Respuestas esperadas



- Es un hecho.
- Sí se puede verificar.
- Puede verificarse consultando fuentes fiables científicas, por ejemplo la NASA, la ESA, medios especializados en ciencia, o expertos en astrofísica.



- Es una opinión.
- No se puede verificar



- Es un hecho
- Se puede verificar si existen datos.
- Se podría verificar en estadísticas de violencia doméstica



- Es una opinión.
- No se puede verificar.



- Existe una relación de hechos (en el marco de la erupción del volcán de La Palma, comparado con la llegada de inmigrantes a las islas Canarias)
- Sí se puede verificar.
- Se puede verificar consultando datos de cotizaciones

laborales por comunidad autónoma, datos de paro, prestaciones a inmigrantes, prestaciones por afectados por el volcán de La Palma.

- Es un hecho.
- Sí se puede verificar.
- Puede verificarse consultando los datos de medias salariales por género a escala nacional y autonómica.

"La bretxa salarial entre homes i dones a Catalunya és la més alta de tot l'Estat"

Jéssica Albiach, En Comú Podem



Una brutal pelea en el metro de Barcelona acaba con una persona en las vías del tren

- Es un hecho.
- Sí se puede verificar.
- Se podría consultar las imágenes de las cámaras de seguridad de TMB.

Conclusión - 5 minutos

Para terminar la sesión se puede realizar una pequeña reflexión sobre los peligros que puede tener el hecho de dejarse llevar por las emociones y no basarse en los datos a la hora de contrastar la información: los sesgos cognitivos pueden provocar que no cuestionamos información fraudulenta y que no nos llegue información nueva y necesaria.



