

DOSIER PRENSA

DESINFORMACIÓN CIENTÍFICA EN ESPAÑA

Informe de resultados



Edita y coordina: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, FECYT, 2022

Dirección científica y autoría:

Celia Díaz Catalán, Universidad Complutense de Madrid

Pablo Cabrera Álvarez, Institute for Social and Economic Research de la Universidad de Essex (Reino Unido)



TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	3
2	FICHA TÉCNICA Y VARIABLES	3
3	HÁBITOS DE CONSUMO DE INFORMACIÓN SOBRE CIENCIA	4
4	CREDIBILIDAD Y PROPAGACIÓN DE LA DESINFORMACIÓN	4
5	PERCEPCIÓN ACERCA DE LA DESINFORMACIÓN	5
6	FACTORES RELACIONADOS CON LA CAPACIDAD DE DISCERNIR Y LA PROPENSIÓN A COMPARTIR LA DESINFORMACIÓN	6
7	RECOMENDACIONES.....	7

1 INTRODUCCIÓN

La encuesta Desinformación y Ciencia se realiza en el contexto del proyecto IBERIFIER¹, el observatorio de medios digitales de España y Portugal, impulsado por la Comisión Europea y vinculado al *European Digital Media Observatory* (EDMO), cuyo objetivo fundamental es analizar el ecosistema de medios digitales y hacer frente a la problemática de la desinformación.

FECYT, como organización de interfaz entre ciencia y sociedad, ejerce un importante papel en la mejora de la cultura y la comunicación científicas, contribuye en el observatorio IBERIFIER² con este estudio que analiza aspectos tales como los hábitos de consumo de información científica, la confianza en los diferentes medios, la actitud hacia la desinformación y los factores relacionados con la capacidad de identificar y propagar la desinformación científica.

2 FICHA TÉCNICA Y VARIABLES

Universo: individuos de 15 años o más residentes en España. En el caso de personas extranjeras, se consideran residentes a quienes hayan residido durante 5 años o más en España.

Tamaño de la muestra: 2100 entrevistas.

Muestreo: La selección de la muestra, estratificada por comunidad autónoma y tamaño de hábitat, se realizó en dos etapas. En la primera se generaron números de teléfono fijo y móviles de forma aleatoria. En la segunda se seleccionó a la persona entrevistada empleando cuotas de sexo y edad.

Método de recogida de la información: entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI) mediante cuestionario estructurado y precodificado. Las entrevistas fueron efectuadas en un 70% de los casos a través de los teléfonos fijos de los entrevistados y en el 30% restante a teléfonos móviles.

Fecha de realización del trabajo de campo: entre el 22 de junio y el 15 de julio de 2022. Realizado por Sigma Dos.

Dirección científica: Celia Díaz Catalán (Universidad Complutense de Madrid) y Pablo Cabrera Álvarez (Universidad de Essex)

¹ <https://iberifier.eu/observatorio/>

²Coordinado desde la Universidad de Navarra, está integrado por doce universidades, cinco organizaciones de verificación y agencias de noticias, y seis centros de investigación multidisciplinar.

3 HÁBITOS DE CONSUMO DE INFORMACIÓN SOBRE CIENCIA

Esta investigación muestra que la ciudadanía se interesa por temas científicos, especialmente aquellos relacionados con la medicina y la salud. Cerca de **1 de cada 7 personas (14,4%) realizan búsquedas diarias sobre Ciencia y tecnología**. Los temas relacionados con la Política son los que ocupan una posición más destacada en las búsquedas cotidianas (29%), seguidos de Economía y empresa (18,7%), Alimentación y bienestar (17%), Medicina y salud (15,2%), Ciencia y tecnología (14,4%) y Medio ambiente y ecología (10,4%).

Cuando se amplía por la frecuencia con que realizan estas búsquedas de información (a diario, semanal y varias veces al mes), **los temas que más interesan son: Medicina y salud (68%), Alimentación y bienestar físico (68%) y Ciencia y tecnología (60,7%)**. Los hombres realizan más búsquedas sobre Ciencia y Tecnología (70%) que las mujeres (52,2%). Asimismo, hay un porcentaje algo mayor de mujeres que de hombres que buscan información sobre temas relacionados con Medicina y salud (70% y 65,7%) y Alimentación y bienestar físico (70% y 65,5%, respectivamente).

Los entrevistados usan en mayor medida **Internet o Redes sociales para informarse acerca de Ciencia y tecnología (82,1%), de Medio ambiente y ecología (76,6%) y de Alimentación y bienestar físico (72,9%)**. Sin embargo, cuando se trata de temas relacionados con la **salud**, casi tres de cada cuatro personas **(73,9%) prefieren recurrir al personal sanitario**.

Las **Redes sociales** son las más utilizadas de los medios basados en internet para realizar **consultas sobre todos los temas propuestos**. Los contenidos que más se buscan en estas redes son los relacionados con **Alimentación y el bienestar físico (44,5%)** y los que menos, sobre Medicina y salud (33,2%).

4 CREDIBILIDAD Y PROPAGACIÓN DE LA DESINFORMACIÓN

Una de cada cuatro personas ha recibido información falsa sobre temas científicos (27,6%) durante la última semana. La proporción aumenta cuando se trata de contenidos relacionados con la **Pandemia COVID-19 y la vacuna (37,5%), el Cambio climático (32,7%) o la Nutrición y bienestar (30,5%)**. El 25% de las personas creen haber recibido información falsa sobre Tratamientos médicos y algo menos sobre Tratamientos homeopáticos (17,8%).

La mayoría de las personas **(61,7%)** que han recibido información falsa durante la última semana señalan como fuente de esta información las **Redes sociales, seguido de las Aplicaciones de mensajería (43,8%) y Televisión (40,6%)**. Los medios a los que **menos desinformación** se asocia son la **Prensa escrita en papel (21,9%)** y la **Radio (20,8%)**.

Los canales percibidos como más confiables son aquellos a los que se presume una **garantía de controles de la veracidad** en la información emitida, sumando a Familiares y amigos. La Radio (58,2%) y la Televisión (52,1%) son los medios de comunicación en los que más confía la población a la hora de recibir noticias. Además, los familiares y amigos también son vistos como fuentes confiables para la mayoría de la

población (56,9%). Mientras que en el primer caso – la Radio y la Televisión – el rol de los periodistas explicaría el nivel de confianza más alto, los Familiares y amigos serían vistos como confiables por su proximidad. No obstante, la confianza en los distintos medios es bastante baja, lo que podría deberse a que mucha gente cree haber recibido desinformación de muchos de ellos.

En los últimos años han surgido diferentes servicios de verificación o *fact-checking* que pretenden arrojar evidencias sobre algunas informaciones divulgadas a través de los distintos medios. Una de cada cuatro personas (24,8%) han consultado alguna vez uno de los medios dedicados a la verificación. La proporción de las personas que consultan estos medios aumenta en función del nivel de estudios finalizados: el 35,2% de las personas con estudios universitarios dicen haberlo utilizado y en cambio, solo el 7,6% de las que tienen estudios primarios lo han hecho. Hay un mayor porcentaje de hombres (29,5%) que de mujeres (20,4%) que lo utilizan.

5 PERCEPCIÓN ACERCA DE LA DESINFORMACIÓN

Solo el **11% de la población afirma estar muy seguro/a** de identificar la desinformación. Los hombres se sienten así en mayor medida que las mujeres (13,4% y 8,2%, respectivamente). Más de la mitad de la población (51,4%) se siente muy seguro/a o más bien seguro/a de identificar información falsa. Esa **sensación de seguridad aumenta en la medida en que crece el nivel de estudios**, y es mayoritaria entre los/as universitarios/as (62,1%). Una de cada diez personas **no se siente nada segura de que la información que reciben sea veraz (10,5%)**. Este porcentaje casi se duplica cuando se trata de gente que tiene estudios primarios o menos (17,8%).

La desinformación es un motivo de preocupación muy generalizado. La mayoría de la ciudadanía cree que la desinformación produce **efectos negativos** en la población: 7 de cada 10 personas (**71,5%**) **están totalmente de acuerdo con “La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas”**, mientras que 6 de cada 10 se muestran completamente de acuerdo con **“La circulación de desinformación o bulos puede tener efectos perjudiciales para la salud de la población” (63,2%)** y con **“La desinformación y los bulos provocan que los ciudadanos desconfíen de las instituciones” (63,3%)**. Algo más de la mitad (53,6%) están totalmente de acuerdo con que **“La circulación de bulos entre la población acerca del COVID-19 ha tenido un efecto perjudicial en la credibilidad de científicos/as y expertos/as”**.

Se han identificado seis factores relacionados con el nivel de preocupación de los ciudadanos acerca de los efectos de la desinformación. Primero, la preocupación por la desinformación es mayor entre aquellos que **apoyan las teorías de la conspiración** sobre cómo funciona el mundo. Aquellos que **confían más en las instituciones** y presentan un nivel de **conocimiento científico** más alto también están más preocupados por los efectos de la desinformación. En la misma línea, las personas que **hacen un balance ambivalente de las contribuciones de la ciencia** (“aporta mismos perjuicios que beneficios”) presentan un menor nivel de preocupación por la desinformación que los que piensan que la ciencia aporta, sobre todo, beneficios. Las personas que declaran haber **recibido desinformación a través de las redes sociales** están más preocupadas por la circulación de la desinformación. Por último, la preocupación sobre la desinformación es mayor entre los ciudadanos ubicados en posiciones **ideológicas de izquierda**. Respecto

a las medidas para evitar la divulgación de desinformación, algo menos de la mitad de las personas (**49,3%**) cree que **“El gobierno debería tomar medidas para restringir la información falsa en internet, incluso si esto limita la libertad de prensa”**. Las mujeres apoyan más ese tipo de medidas que los hombres (52,7% y 45,7%, respectivamente). Un porcentaje menor (40,3%) cree que **“La libertad de prensa se debe proteger, aunque se pueda publicar información falsa”**.

6 FACTORES RELACIONADOS CON LA CAPACIDAD DE DISCERNIR Y LA PROPENSIÓN A COMPARTIR LA DESINFORMACIÓN

En general, **la ciudadanía sabe discernir entre la información verdadera y falsa**. A esta conclusión se llega tras preguntar a un grupo de ciudadanos sobre la veracidad de titulares verdaderos como **“El coste de la energía generada de origen renovable es el más barato de las fuentes de energía”**, **“Las vacunas contra el COVID-19 han demostrado su eficacia frente a la mortalidad”** y **“La transmisión del VIH se puede evitar con un tratamiento adecuado”**, y falsos como **“Los alimentos sin gluten son más sanos y, además, pueden ayudar a perder peso”** y **“El VIH se puede transmitir mediante besos intensos”**.

Sin embargo, hay algunas informaciones que resultan más difíciles de identificar como verdaderas (**“Una copita de vino al día no es recomendable para la salud en general”**) o falsas: **“Sin viento ni sol no se pueden producir las energías renovables”**. La información falsa se comparte menos que la verdadera, pero hay un porcentaje importante de personas que comparten bulos.

Algunos factores están relacionados con una mayor probabilidad de discernir la veracidad de la información científica incluida en el estudio. El primero es la **alfabetización mediática**. Los ciudadanos que mejor conocen cómo funcionan los medios de comunicación presentan una mayor capacidad de identificar la información verdadera. Además, aquellos que hacen un **balance ambivalente** (**“Tiene los mismos perjuicios que beneficios”**) o **negativo** (**“Tiene más perjuicios que beneficios”**) **de las contribuciones de la ciencia** tienden a discernir peor entre la información verdadera y la falsa que los que hacen un balance positivo del impacto de la ciencia (**“Tiene más perjuicios que beneficios”**). La **confianza en las instituciones** presenta una relación positiva con la capacidad de discernir. Las posiciones más a la derecha de la **escala ideológica** presentan una menor capacidad de identificar la información verdadera y falsa. En cuanto a las características demográficas, las **mujeres** y las **personas más jóvenes** son más hábiles a la hora de identificar la información verdadera.

Los principales **factores asociados a la propensión a la propagación de desinformación** sobre temas científicos **varían en función del tema**. En principio, las personas con una mayor **alfabetización mediática** y **capacidad para discernir** la veracidad de las noticias comparten en menor medida la desinformación. Cuando se trata de temas relacionados con mayores controversias políticas de actualidad, como es el referido al origen del cambio climático, la **ideología** se convierte en un factor significativo, de modo que aquellos más posicionados a la derecha muestran mayor propensión a compartir esta desinformación (**“El cambio climático se debe fundamentalmente a causas naturales”**). Un elemento que llama la atención es que la confianza en las instituciones tiene efecto significativo solo en algunos de los temas incluidos en los titulares verdaderos y falsos. Esto contradice la literatura existente, donde se encuentra que la confianza institucional es un factor protector contra la desinformación. En el análisis se comprobó que

existe una interacción entre la confianza en las instituciones y la capacidad de discernir, de modo que para quienes son capaces de identificar la veracidad de la información, la confianza en las instituciones no es relevante. Sin embargo, **para aquellos que no están seguros de si la información es verdadera o falsa, la confianza en las instituciones juega un papel importante a la hora de decidir si comparten la información.**

7 RECOMENDACIONES

Al final del informe se recogen una serie de recomendaciones:

1. Promover la alfabetización mediática entre toda la población.
2. Aumentar el conocimiento sobre el funcionamiento de la ciencia.
3. Fomentar el conocimiento sobre las prácticas sociales que la comunidad científica utiliza para producir conocimientos fiables y los criterios de pericia científica.
4. Promover las competencias para ejercer un escepticismo “sano”.
5. Evitar la politización de hechos científicos.
6. Fomentar una comunicación científica responsable y de calidad.
7. Impulsar un periodismo científico especializado.
8. Promover estructuras, medios y recursos especializados dedicados a la comunicación científica.
9. Incorporar medidas para limitar la propagación de desinformación promovida por los algoritmos.

