



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES IZTACALA
Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia

Manuscrito Recepcional
Programa de Profundización en Psicología
organizacional

Psicoblindaje: Diseño instruccional aplicado en
podcast de divulgación orientado al análisis de
noticias falsas.

Tipo de investigación
Empírica

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

P R E S E N T A:

Susana Mota Trejo

Director: Dr. José Manuel Meza Cano

Dictaminador:

Mtra. Mariana Cañizales Espinoza

Lic. Leticia Baez Pérez

Dr. Mario Ernesto Morales Ruiz

Dra. Adriana Irene Hernández Gómez



Los Reyes Iztacala Tlalnepantla, Estado de México, 9 de junio 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Tesis realizada gracias al Programa UNAM-PAPIIT <TA300123> con título Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas. Agradezco a la DGAPA-UNAM la beca recibida.

Contenido

Resumen.....	5
Introducción.....	7
Justificación:	8
Marco Teórico	9
Las noticias falsas	9
Estructura de los medios de comunicación en México	13
Alfabetización mediática, los esfuerzos desde la educación	14
Un modelo de procesamiento: Teoría del procesamiento dual.....	15
Un problema de toma de decisiones: Heurísticos y sesgos	16
Heurístico de representatividad	16
Heurístico de disponibilidad	17
Heurístico de Ajuste y Anclaje	17
Creencias epistemológicas.....	18
Podcast.....	20
Modelo de diseño instruccional.	23
Propósito de la actividad:.....	25
Método	25
Procedimiento	26
Fase 1. Preparativos:	26
Fase 2. Planificación	27
Fase 3. Desarrollo	30

Resultados	33
Discusión	41
Conclusiones.....	43
Sobre el diseño instruccional.....	43
Referencias.....	46
Capítulos del podcast (ANEXOS)	52

Resumen

Las noticias falsas son peligrosas, tienen un impacto en la vida cotidiana y en la toma de decisiones a distintos niveles. En un mundo digital en constante movimiento y donde la información se encuentra al alcance de un clic, todos nos volvemos susceptibles a ser alcanzados por sus efectos. Las estrategias de divulgación se vuelven importantes en la lucha contra las noticias falsas. En este sentido las herramientas digitales pueden desempeñar un papel importante, al ser utilizadas con un enfoque educativo para la difusión de contenido verificado que contribuya a la educación mediática en materia de desinformación. El presente trabajo es la descripción de la aplicación de un modelo de diseño instruccional a una estructura y guion del podcast Psicoblindaje. Un proyecto de divulgación que retoma abordajes psicológicos de los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas"> Como producto final se presentan los guiones elaborados y los audios basados en ellos. Los resultados serán subidos a Spotify, una plataforma de servicio de distribución de podcast con una liga en formato RSS accesible para todo el público.

Palabras clave: noticias falsas, podcast, diseño instruccional, desinformación, divulgación científica

Abstract

Fake news are dangerous, they have an impact on daily life and decision-making at different levels. In a digital world in constant movement and where information is within a click, we all become susceptible to being reached by their effects. Outreach strategies become important in the fight against fake news. In this sense, digital tools can play an important role when used with an educational approach for the diffusion of verified content that contributes to media education on disinformation. The present work is an application's description of an instructional design model to the structure and script of a podcast called "Psicoblindaje", a diffusion project that takes up psychological approaches from the projects PAPIIT <IA302121> "Specific Epistemological Beliefs for Internet and its relationship with the discrimination of fake news in social networks" and <TA300123> "Cognitive scaffolding: Applications against disinformation and fake news"> As a final product, the scripts prepared and the recordings are given. The results will be uploaded to Spotify, a podcast platform with a link in RSS format accessible to all the public.

Keywords: fake news, podcast, learning design, misinformation, science communication.

Introducción

“Hay pocas personas que se preocupen de estudiar lógica, porque todo el mundo se considera lo suficientemente experto ya en el arte de razonar” Charles S. Pierce, (1877)

Las noticias falsas han existido desde mucho antes de la aparición de las redes sociales, como fenómeno pseudo-periodístico ligado a la desinformación; de acuerdo con Sued y Rodríguez (2019) las distinguen de la desinformación porque son artículos “Intencionales y comprobadamente falsos, distribuidos en Internet y producidos para influenciar al público, quien los lee y comparte” (p. 1229). Partimos del supuesto de que, la toma de decisiones necesita forzosamente de información confiable para basar el razonamiento y hacer una elección. Las noticias falsas buscan intervenir en este proceso; confundir y regularmente poseen una motivación económica detrás, como el *clickbait* (Rodríguez, 2021).

El éxito de las noticias falsas y su rápida propagación radica en provocar respuestas de mayor temor e indignación (Bernal-Triviño y Clares-Gavilán, 2019). La evaluación errónea de los hechos a partir de la lectura de las noticias falsas, causado por este impulso de incertidumbre, influye directamente en la toma de decisiones de las personas, impactando negativamente en diversas áreas del ámbito personal y social. Lo cual llevó a una necesidad urgente de establecer estrategias para evitar la propagación de noticias falsas, la educación mediática (Montero-Liberona y Halpern, 2019; Fernández-García, 2019). Estas estrategias frecuentemente están enfocadas en el contenido y en la forma de las noticias falsas, así como en competencias tecnológicas que permitan verificar información y comparar entre opiniones distintas (Buckingham, 2019; Montero-Liberona y Halpern, 2019; Fernández-García, 2019). Sin embargo, seguir edificando la educación mediática en torno a habilidades técnicas, ideología y valores, supone encontrarse con el problema del desinterés de los estudiantes en temas sociales, políticos o polarizados, que requieren un conocimiento de contenido y forma para un análisis crítico (Buckingham, 2019). Las noticias falsas no alcanzan a todos los individuos de la misma forma, algunos autores han intentado perfilar a quienes son susceptibles a ellas (Galarza, 2021; Montero-Liberona y Halpern, 2019), encontrando aproximaciones referentes a sus preferencias en consumo de medios y a los factores de confiabilidad, como el quién les comparte la información.

Es importante tener en cuenta que existe una tendencia a creer en lo que queremos creer y a reforzar nuestras propias creencias (Sanz y Carro, 2019). Además, debemos considerar las motivaciones y componentes emocionales irracionales que nos impulsan. En este sentido, la aplicación de enfoques psicológicos en la alfabetización mediática se presenta como una contribución de la psicología para abordar el problema de las noticias falsas.

En línea con estos esfuerzos de educación mediática basados en enfoques psicológicos, el presente trabajo describe la aplicación de un modelo de diseño instruccional a la estructura y guion del podcast Psicoblindaje. Este proyecto de divulgación se basa en los

enfoques psicológicos de los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas".

Justificación:

El ejercicio de divulgación científica implica el derecho de los ciudadanos a tener acceso a la información producto de la investigación que se genera en el país. El Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías, (CONAHCyT) en su Glosario de términos y recomendaciones para la captura de la solicitud de ingreso o reingreso al Sistema Nacional de Investigadores (CONAHCYT, s.f.) considera a la divulgación científica como una labor que abarca diversas disciplinas y tiene como objetivo comunicar el conocimiento científico haciendo uso de diversos medios. CONAHCyT (s.f.), señala que la divulgación debe ser dirigida a un público amplio y diverso, recreando el conocimiento con fidelidad y contextualizando los temas para hacerlos de fácil entendimiento.

Por medio de los productos de divulgación científica las personas tienen la oportunidad de obtener información confiable, puntual y actualizada sobre los avances y descubrimientos, permitiendo que las personas tengan una mejor comprensión, no sólo de sus temas de interés, sino también del contexto que las rodea. Esto ayuda de diferentes formas al bienestar social: promueve el pensamiento crítico de las personas, construye confianza en las instituciones, protege de la desinformación y facilita la toma de decisiones basadas en evidencia. Además, fomenta el interés en la ciencia e inspira la curiosidad de futuras generaciones por los temas que se difunden presentando los hallazgos de una manera atractiva y emocionante. Aportando a la construcción de un nicho de futuros investigadores.

Por otro lado, tenemos que las noticias falsas han sido usadas históricamente para fines lucrativos y propagandísticos (Salas, 2019). Sin ser un fenómeno nuevo, las *fake news* han encontrado en las redes sociales una herramienta de propagación masiva que las potencia y las vuelve un problema político y de salud pública. Una forma de contrarrestar a las noticias falsas es proporcionar información verificada, metódica y de fuentes confiables como se hace en la divulgación científica. Poner entonces a disposición del público los abordajes psicológicos que se estudian en torno a la desinformación, resulta una clave para sumarse a los esfuerzos en la educación mediática (Meza et al. 2023).

En este sentido, los podcasts son una herramienta que permiten acercar una divulgación atractiva y de calidad a bajo costo y de fácil creación. En los últimos años los podcasts han tenido un crecimiento de usuarios en la red, quienes exploran a través de plataformas de audio un contenido sonoro que los acompañe en su día a día (Goldman, 2018).

Un podcast contra la desinformación en el mismo territorio donde esta se propaga busca ser la semilla para detonar reflexiones alrededor del tema, curiosidad y, ¿por qué no?, ser motivación para sumarse a la línea de investigación. Basta con un micrófono y una computadora para poder desarrollar y difundir contenido en internet, al alcance de

todos, pero se necesita un poco más que eso para ofrecer un resultado de calidad educativa.

Con el objetivo de ofrecer un producto de divulgación científica de alta calidad, se aplicó la planificación del diseño instruccional a una estructura de guion de podcast, logrando así, darle un carácter educativo donde los temas que podrían parecer complejos se abordan de forma sencilla y accesible. El objetivo del podcast Psicoblindaje no es sólo informar de una manera efectiva al público al que pueda tener alcance, sino fomentar en ellos la apropiación del conocimiento que se expone en su contenido.

El describir el procedimiento de creación del podcast Psicoblindaje pretende dejar un precedente para futuras iniciativas similares. El podcast se presenta como una herramienta didáctica al alcance de profesores y estudiantes que deseen replicar esta estructura para abordar contenidos similares, explorando diversas herramientas de enseñanza-aprendizaje.

Marco Teórico

Las noticias falsas

Las noticias falsas tienen una huella histórica que no comienza a la par de la era de la comunicación digital y las redes sociales. Salas (2019) ubica a la primera noticia falsa del mundo contemporáneo en 1835, cuando el diario neoyorquino *The Sun* publicó una serie de noticias falsas, en una entrega de 6 partes, acerca de la existencia de vida en la luna. “La Gran mentira de la Luna” fue el primer caso exitoso al utilizar los medios de comunicación para la divulgación de información fraudulenta. Se trataba de un “descubrimiento científico” (nunca sucedió). Falsamente argumentado que además de tener éxito tuvo impacto en la memoria del periodismo y la cultura (Castagnaro, 2009, como se citó en Salas, 2019).

De acuerdo con Salas (2019) las principales variables que favorecieron la propagación de “La gran mentira de la Luna” fueron los avances tecnológicos en la imprenta y los medios de transporte. *The penny press* hace referencia a la entonces emergente aparición de periódicos baratos. Las mejoras de la imprenta se tradujeron en menores costos de impresión a gran escala (Con valores muy por debajo de la prensa de alto valor periodístico). Si los periódicos se ahorraban el salario de periodistas numerosos y calificados, podían ofrecer noticias a bajo costo y maximizar las ganancias. El segundo factor, los medios de transporte, son relevantes porque se eliminaron fronteras geográficas gracias a la máquina de vapor. Trenes y barcos contribuyeron a la conexión de territorios acelerando el proceso de globalización y el intercambio de conocimiento y noticias.

En 1914, con el estallido de la primera guerra mundial, los Estados Nación establecieron organismos institucionalizados encargados de diseñar y difundir los mensajes de propaganda bélica con el objetivo de influir en la opinión pública según las necesidades del conflicto (Barragán y Bellido, 2019). Esto marcó el comienzo de una guerra propagandística que se repetiría de diversas formas en los años y conflictos

subsecuentes. En este contexto, las noticias falsas surgieron como instrumento de poder y una herramienta para obtener la hegemonía del discurso.

Hasta este punto, se ha dibujado una visión general de las características y algunas de las variables que se combinan para intentar explicar las noticias falsas como un fenómeno pseudo-periodístico de rápida propagación. El uso, éxito y creación de noticias falsas dependen de las características y contextos de los medios de comunicación impresos, a los que se le sumaron los formatos auditivos (radio), las imágenes alteradas y la redacción sensacionalista con una clara intención de desinformar para obtener un beneficio económico, político o de control de la agenda pública (Salas, 2019; Rodríguez, 2019).

Como puede observarse, las noticias falsas han demostrado una notable capacidad para adaptarse y aprovechar los avances tecnológicos en cada oportunidad que se les presenta. En particular, la aparición y proliferación de las redes sociales brindó un escenario propicio para potenciar su naturaleza engañosa y ampliar su alcance a niveles nunca antes vistos. La crisis de desinformación resultante ha tenido consecuencias significativas, destacando especialmente en eventos políticos clave, como las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y el referéndum del Brexit (Allcott y Gentzkow, 2017), así como otros casos menos citados, pero igualmente relevantes, como la crisis de independencia en Cataluña en 2017 (Alandete, 2019).

En todos los casos mencionados anteriormente, se evidencia la naturaleza de las noticias falsas, las cuales consisten en la difusión de datos exagerados, manipulados o erróneos, que van en contra de los principios fundamentales del periodismo y tienen una intención oculta: desinformar con el objetivo de cumplir propósitos políticos (Allcott y Gentzkow, 2017; Alandete, 2019) o, en ocasiones, servir a intereses económicos (Buckingham, 2019). Por otro lado, el autor Rodríguez (2019) aboga por el término desinformación como un concepto más amplio que abarque no sólo las noticias falsas (*fake news*), sino también al contenido engañoso (*misleading content*), al discurso de odio (*mal information*), los discursos falsos deliberados (*false speech*) y a los errores informativos que tuvieran que ver con descuidos humanos no mal intencionados (*misinformation*). Este término, además ha sido el recomendado por el parlamento británico y la Comisión Europea a raíz del impacto político de los eventos previamente mencionados, reconociendo la necesidad de contrarrestar los efectos de la desinformación en la vida democrática (Comisión Europea, 2020).

A pesar de que el uso del término desinformación representa una comprensión más completa de la problemática, es importante considerar la apropiación y el impacto de otros términos relacionados en la cultura popular y en la semántica de los usuarios del lenguaje. Un ejemplo notable es el término *fake news*, que ganó presencia en el discurso público y se convirtió en la palabra del año según el diccionario de Oxford en 2017 (Collins, 2017). La difusión de este término se atribuye en parte a los eventos políticos transcurridos alrededor de ese tiempo, como las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, donde el entonces candidato Donald Trump popularizó su uso.

Asimismo, los referéndums del Brexit y de Colombia también contribuyeron al aumento de su empleo (Rodríguez, 2019).

La noción de *fake news* se encuentra bajo el paraguas semántico de la posverdad, otro término que ha cobrado relevancia en el ámbito académico y público y que es definido como la búsqueda de un reforzamiento del sistema de creencias y valores preexistentes mediante la creación de discursos orientados a ese fin donde la verdad se ubique en un plano de fondo (Castillo et al., 2021). La posverdad usa argumentos que apelan a las emociones para defender las creencias personales, quien se atreve a ir en contra de ello, resulta antagónico, puesto que va en contra de la identidad y el sentido de pertenencia al grupo.

La posverdad, entonces, se sitúa en un contexto en el que las burbujas mediáticas refuerzan continuamente las creencias y puntos de vista de quienes las habitan. Las redes sociales contribuyen a la segregación de personas en grupos ideológicos definidos impulsados por la atención selectiva (Calvo y Aruguete, 2020.). Si bien los algoritmos de las redes sociales desempeñan un papel en este proceso, es importante señalar que no son la única causa, sino sólo una parte del problema. La psicología y la forma en la que el individuo experimenta el análisis de información es otra de las razones fundamentales del éxito de la desinformación (Castillo et al., 2020).

En 2020 con la pandemia de COVID-19, el problema de la desinformación se evidenció no sólo en el ámbito político, sino también en el campo de la salud y la toma de decisiones relacionadas con las medidas sanitarias implementadas por los gobiernos, incluyendo el acceso a las vacunas. El clima de incertidumbre generado por la crisis sanitaria, sumado a los efectos de la posverdad y las burbujas mediáticas, fueron el caldo de cultivo para una proliferación de noticias falsas. Autores como Montero-Liberona y Halpern (2019) y Galarza-Molina (2021) exploraron los acontecimientos desde una mirada de consumo de medios de comunicación para establecer factores que influyen en compartir noticias falsas y delinear un perfil de preferencias que se relacione con la vulnerabilidad a las noticias falsas. Un hallazgo destacado de Montero-Liberona y Halpern (2019) fue la relación de la confianza otorgada en función de la persona que comparte información. Mientras que Galarza-Molina (2021) observa que quienes consumen periódicos impresos y en línea son menos proclives a caer en las noticias falsas relacionadas con COVID-19.

El estudio de las noticias falsas ha sido abordado principalmente por las ciencias de la comunicación, la política y las ciencias sociales. Se ha realizado con un enfoque que destaca la importancia de la labor periodística, donde los periodistas asumen un papel de administradores de un derecho fundamental: el acceso a la información. Sin embargo, es importante señalar que la responsabilidad de garantizar este derecho no recae únicamente en ellos (Alandete, 2019.). Se requieren esfuerzos institucionales y sociales para abordar el problema. Actualmente, la investigación de las noticias falsas se volvió urgente ya no sólo por representar una amenaza a la vida democrática (amenaza que no es menor), sino porque demostró ser también un problema de salud pública que

reconoció, además de otras instituciones, la Organización de las Naciones Unidas (United Nations, 2021).

El surgimiento de internet tuvo un impacto significativo al brindar un libre acceso a la información y a la producción de contenido de forma más accesible tanto por los medios de comunicación, de otros sitios oficiales institucionales, pero también de sitios no oficiales en los que se publica contenido aparentemente noticioso (Bernal Treviño y Clares-Gavilán, 2019). A pesar de la sobreexposición de los sujetos a estímulos que implica la información en las redes sociales, hubo un momento en el que el acceso a la libre información, con las características que otorgaba internet, se consideró como un potencial democratizador en los momentos de coyuntura (De la Garza, 2020).

En los últimos 12 años una ciberpolítica se ha ido manifestando y consolidando en las redes sociales y los espacios de convivencia que han sido generados por internet, los inicios de la presencia de las redes sociales en la vida política los encontramos en la campaña de Barack Obama en el 2008 donde provocaron una participación de los votantes como no se había visto hasta ese momento (De la Garza, 2020). Posterior a esto acontecieron otros eventos que apuntaban a un despertar democrático como la Primavera Árabe y el #yosoy132 de México, además de la aparición de Wikileaks en 2010 (De la Garza, 2020; Alandete, 2019).

La opinión pública miraba con optimismo el surgimiento de estos movimientos que surgían de la vida virtual donde la organización social se articuló a través de medios digitales, el ciberactivismo (De la Garza, 2020). Wikileaks surge como un portal que utiliza tanto medios legales como ilegales para defender una causa determinada (Hampson, 2012, como se citó en De la Garza, 2020). Al inicio esta causa decía “defender la transparencia gubernamental como una forma de prevenir los abusos de poder” (Alandete, 2019, p. 9) por lo que la opinión pública siguió curiosa el caso de Julian Assange quien se convirtió en un prófugo del gobierno de los Estados Unidos y en un refugiado político en distintos países. Sin embargo, posteriormente mostró defender una ideología y agenda política específica (De la Garza, 2020; Alandete, 2019).

La expectativa de “poder democratizador” de las redes sociales comenzó a desvanecerse y dio paso al escepticismo en vista de los acontecimientos de las elecciones estadounidenses del 2016 y los referéndums de Colombia y Gran Bretaña. En esos momentos el poder de la desinformación y sus consecuencias se hicieron evidentes mostrando sus manifestaciones en las decisiones políticas (Rodríguez, 2019). Ante el problema de las noticias falsas que se viralizan en internet y que han demostrado tener un impacto negativo tangible, el gremio periodístico comenzó a emprender acciones para contrarrestar sus efectos, dando origen a los *fact-checkers* o verificadores de información (Bernal Treviño y Clares-Gavilán, 2019).

El servicio de verificación como una iniciativa del periodismo acercó a la sociedad las habilidades del ejercicio profesional con una nueva perspectiva: analizar y corroborar información para comprobar su confiabilidad. Estos servicios en sus inicios poblaron la red, en su mayoría, como iniciativas independientes. Pero también cuentan con versiones

donde un medio tradicional de información respalda a las verificadoras (Fernández-García, 2017). Sin embargo, a las verificadoras las acompaña una sombra de duda: la confianza en los medios de comunicación.

El periodismo enfrenta una crisis de confianza manifestada en los usuarios de redes sociales con respecto a los medios de comunicación (Fernández-García, 2017). Esta desconfianza no sólo se debe al papel desempeñado por los algoritmos y las burbujas mediáticas, sino también porque los ciudadanos son conscientes de los ejercicios de poder en los que se ven involucrados (Salas, 2019). A esto se suma el hecho de que las noticias falsas se propagan a velocidades alarmantes, mientras que sus verificaciones no tienen el mismo alcance y quedan rezagadas (Bernal Treviño y Clares-Gavilán, 2019).

La desconfianza en los medios de comunicación es un caso que varía por Estado Nación y la manera en la que los medios han encontrado una forma de estructurarse y capitalizarse. Teniendo en cuenta esto, se hará una revisión de la estructura de los medios de comunicación en México que abre la puerta a la desconfianza en ellos, lo que propicia la proliferación de noticias falsas.

Estructura de los medios de comunicación en México

Los medios de comunicación en México han experimentado una historia compleja y enredada, influenciada por el contexto político y social del país. Tras la Revolución Mexicana, se abrió un espacio para la libertad de expresión y el periodismo se convirtió en un servicio a la sociedad. Sin embargo, en las décadas posteriores, esta libertad fue restringida y los medios se vieron limitados por la escasa alfabetización y la falta de circulación (Serna, 2004).

Durante este periodo, surgieron numerosos periódicos que representaban las inquietudes de la clase media, los obreros y los campesinos (Serna, 2014). Sin embargo, muchas de estas publicaciones fueron cooptadas por el corporativismo estatal. A partir de la década de 1940, el Estado Mexicano consolidó su poder y utilizó los medios de comunicación como herramientas de propaganda (Serna, 2014), que son parte del concepto de la desinformación (Rodríguez, 2019). Además, la propiedad de los medios también desempeñó un papel importante, pasando de manos de aristócratas a cooperativas y nuevos empresarios (Bravo, 2008).

Más allá de los intereses estatales y privados que se hagan del control de los contenidos mediáticos, el sometimiento de los medios de comunicación al lucro o al yugo estatal pone en riesgo los derechos fundamentales de los individuos al impedir el funcionamiento básico de las libertades de expresión, decisión e información. “En un sistema de libre mercado la fuente principal de ingresos son otras empresas que se anuncian en las páginas de la prensa o en los espacios de la radio y la televisión” (Bravo, 2004, p. 69). Lo anterior pone en igualdad de condiciones a intereses especiales que puedan, o no, ser contrarios al régimen. Por lo tanto, la relación de interdependencia

autoritaria estatal no se perdió, solo introdujo un nuevo participante en la pugna por la opinión pública: Las noticias falsas a manos de inversiones privadas.

Reflexionar en torno a las noticias falsas, involucra la pregunta del papel de los medios de comunicación. La décima edición del *Digital News Report* publicada por el *Reuters Institute* (2021) se realizó en el contexto de pandemia, en ella se reportó una recuperación de la confianza en los medios a nivel global, excepto por los particulares casos donde existieron otros eventos que presentaron una variable de mayor peso en comparación con el COVID-19. Un par de ejemplos fueron los casos de Estados Unidos y México. Los climas de polarización política parecen tener una influencia directa en la confiabilidad de los medios, también el alza de distribución en las noticias falsas (Rodríguez, 2019; Fernández García, 2017).

Alfabetización mediática, los esfuerzos desde la educación

Se han llevado a cabo esfuerzos no sólo por parte de los medios de comunicación, sino también a nivel internacional y legislativo para abordar el impacto de las noticias falsas. Organizaciones como la ONU y la Unión Europea han implementado protocolos para contrarrestar la desinformación (United Nations, 2021; Comisión Europea, 2022). Además, algunos gobiernos, como el de la Unión Europea, han puesto en marcha guías prácticas y protocolos destinados a proteger los datos personales y combatir la desinformación (Europa Data Protection Board, 2023; Comisión Europea, 2022) buscando un equilibrio entre la libertad de expresión y la lucha contra la desinformación. Sin embargo, estos avances legislativos han sido lentos para abordar adecuadamente este problema urgente de salud pública y político.

Los esfuerzos realizados van de la mano con la alfabetización mediática, en la que existe un interés y se le da un poder solucionador propiciando el desarrollo de programas que la incluyan como eje (Fernandez-García, 2017). La alfabetización mediática parte de que existen las competencias mediáticas y estas pueden ser adquiridas y mejoradas como parte del proceso de aprendizaje (Buckingham, 2016). El funcionamiento de nuestro cerebro y nuestro modelo de procesar información “perezoso, emocional y cargado de sesgos cognitivos” (Sanz y Carro, 2019, p. 522) nos hace susceptibles a las noticias falsas, pero es justo ese funcionamiento y nuestra capacidad de reflexionar y ser críticos lo que nos da herramientas para el análisis de la información y la toma de decisiones, elementos psicológicos que han sido poco abordados para este propósito hasta ahora (Meza et al., 2023).

El abordaje de las noticias falsas ha sido mayormente una tarea de periodistas, sociólogos, comunicadores, etc. Con una perspectiva centrada en cómo las acciones del entorno inciden en el individuo. Es probable que la crisis sanitaria que inició en el 2020, haya despertado nuevamente el interés de las noticias falsas en el área de las ciencias de la salud al ser un problema de salud pública, Mendes et al. (2021) hicieron una revisión sistemática del impacto de la infodemia en la salud de las personas encontrando que las

personas experimentaron en este período, síntomas de ansiedad, depresión y fatiga emocional a causa de la exposición a información falsa.

La evidencia respalda la necesidad de proporcionar herramientas para que las personas puedan gestionar de manera efectiva la información que reciben. Según Fernández-García (2017), las *"fake news"* representan una oportunidad para promover la alfabetización mediática tanto en entornos educativos como más allá de ellos, ya que la responsabilidad de abordar este problema no recae únicamente en las instituciones educativas y los maestros en el aula. Buckingham (2016) también aboga por la alfabetización mediática y enfatiza la importancia de acciones que garanticen la transparencia de los medios, trascendiendo el ámbito escolar. La promoción de la alfabetización mediática debe tener un enfoque social, ya que es una herramienta democrática para la construcción de ciudadanía, como señala Fernández-García (2017). Antes de alcanzar este objetivo, la alfabetización mediática tiene un impacto significativo en la construcción del individuo.

Los autores Meza et al. (2023) argumentan que la psicología puede desempeñar un papel fundamental como un eje central en la alfabetización mediática para combatir a las noticias falsas. Proponen dos teorías como punto de partida para abordar esta tarea desde una perspectiva psicológica: el procesamiento dual de la información y las creencias epistemológicas. Aunque las noticias falsas son un fenómeno complejo, multivariable, estructural y de escala geopolítica, es crucial desarrollar una alfabetización mediática que permita adquirir las habilidades necesarias para la discriminación de información en distintos contextos, sobre todo al encontrarnos en un entorno tecnológico de constantes cambios.

Un modelo de procesamiento: Teoría del procesamiento dual

La idea de un razonamiento dividido nace en la década de los setenta con los hallazgos de Tversky y Kahneman (Kahneman, 2012). Ellos revolucionaron el pensamiento dominante que asignaba los errores humanos a arrebatos emocionales y no a la cognición. El aporte de estos psicólogos investigadores cimentó las bases de futuros estudios de sesgos y heurísticos.

Kahneman (2012) divide el proceso de pensamiento en dos sistemas. El sistema 1, opera para una toma de decisiones mecánica y automática sin largos procesos de deliberación, ahorra energía y tiempo, no supone algún esfuerzo siendo en cierta medida involuntario. El sistema 2, en cambio, se mantiene en modo de reposo y entra en acción cuando se necesita elegir, actuar y concentrarse. Es el que se utiliza en cálculos complejos o al momento de comprobar la validez de un argumento lógico complejo.

La naturaleza de las tareas exigirá la participación de uno u otro sistema y sus interacciones, esto también estará relacionado con la atención que creemos que demanda la actividad en sí. De acuerdo con Kahneman (2012) percibimos, intuimos y actuamos con el sistema automático. Si el sistema 2 lo aprueba, entonces esos impulsos se convierten en acciones, también establecemos creencias. Pero el sistema 2 presenta una desventaja

y ésta es que se maneja con la ley del mínimo esfuerzo, entra en acción cuando nota que hay un conflicto.

Los procesos básicos intuitivos presentados por la cognición humana pertenecen al sistema 1 y son llamados “heurísticos” reglas que simplifican los procesos y privilegian la respuesta rápida e intuitiva por sobre el desgaste cognitivo (Kahneman, 2012). Nuestro cerebro sigue un principio de economía cognitiva que trata de pensar con el menor esfuerzo posible y eso indica el uso del sistema 1 como primera opción para la resolución de tareas (Sanz y Carro, 2019). Cuando los heurísticos trabajan generalmente sus inclinaciones son las adecuadas. Sin embargo, en algunos casos dan como resultado un error de juicio al tomar una decisión: los sesgos cognitivos.

Un problema de toma de decisiones: Heurísticos y sesgos

La naturaleza de las noticias falsas hace que sea más probable la activación de algunos sesgos en usuarios que reciben información y estos pueden influir en las decisiones finales de los consumidores de noticias sobre la veracidad que le otorgan a la noticia (Meza et al., 2022). La heurística está activada en el análisis de información para poder hacer un primer cribado entre el exceso de notas y estímulos a los que nos exponemos en redes sociales. Sans y Carro (2019) argumentan que la cantidad de información en exceso que busca la atención de usuarios en las redes se beneficia del patrón cognitivo con el que funciona el cerebro.

En otro estudio, Pennycook y Rand (2018) correlacionaron la capacidad de reflexión cognitiva del sujeto, medida con el CRT (Test de Reflexión Cognitiva) con su habilidad para discriminar noticias falsas en 3446 participantes. Los resultados del estudio demostraron que los individuos que puntuaron mejor como sujetos reflexivos, fueron más capaces de identificar las noticias falsas, desafiando su intuición.

Se han propuesto tres heurísticos para retomar en la alfabetización mediática con una orientación a identificar las noticias falsas. Meza et al. (2022) en una aplicación del CRT con 96 participantes encontraron que los usuarios al discriminar noticias falsas hacían uso de 3 heurísticos: heurístico de anclaje, heurístico de disponibilidad y heurístico de representatividad. Sanz y Carro (2019) mencionan los mismos tres heurísticos, como mecanismos psicológicos que operan en el análisis de noticias falsas. La enseñanza de heurísticos y sesgos como herramienta para la discriminación de noticias falsas fue retomada en la aplicación de un curso de análisis de noticias falsas desde una perspectiva psicológica (Meza et al., 2023) logrando buenos resultados.

Heurístico de representatividad

El heurístico de la representatividad es asignar o posicionar a un elemento en una categoría de acuerdo con características que juzgamos dentro de esa categoría, en teoría de conjuntos se explicaría que “a” pertenece a “A”, asignar una categoría al conjunto que la representa (Kahneman, 2012). Pensar en función de representatividad nos puede llevar

a cometer diversos errores como la insensibilidad a las tasas base orillando a pensar en estereotipos y prejuicios sociales (Sanz y Carro, 2019).

Heurístico de disponibilidad

Este heurístico afecta la estimación de la frecuencia de una categoría, es decir, qué tan seguido se produce un evento o qué tan probable se califica basados en la habilidad que tenemos para llamar la información (Kahneman, 2012). El heurístico de disponibilidad explica la tendencia de la sociedad a crear historias muy rápido a partir de noticias llamativas. En el análisis de noticias falsas se llama al sesgo de los ejemplos recuperables debido a la disponibilidad en cascada al que nos lleva la primera llamada de información, dando prioridad a los más recurrentes que suelen ser los que más tienen cobertura con los medios (Kahneman, 2012) y ahora, los que pudieran pertenecer a nuestra burbuja mediática o caja de resonancia.

Algunos de los errores a los que conduce el heurístico de la disponibilidad son el sesgo de confirmación, la correlación ilusoria y el sesgo retrospectivo (Kahneman, 2012).

El sesgo de confirmación es un fenómeno cognitivo en el cual nuestro cerebro busca evitar el conflicto y activa el sistema 2. Cuando nos encontramos con situaciones que podrían activar este sistema, nuestro cerebro implementa estrategias iniciales para ahorrar energía. Una de estas estrategias es nuestra predisposición para creer. Frente a nueva información, nuestro primer impulso es creer en ella y organizarla de manera coherente con la información que ya poseemos, buscando así reafirmar nuestras creencias previas (Kahneman, 2012).

La *correlación ilusoria* se presenta cuando se quiere asignar una causa-efecto a dos eventos independientes, que sucedieron al mismo tiempo por probabilidad (Kahneman, 2012). Por ejemplo: Pensar que hay una relación entre los temblores y el mes de septiembre y asignarle una explicación basadas en esas observaciones no experimentales.

Sesgo de Retrospectiva: Myers (2012) define al sesgo de retrospectiva como la tendencia de exagerar la capacidad de haber previsto el suceso de un fenómeno (p.14). Una vez acontecido un evento, es fácil subestimar su carácter de imprevisto. Entre más catastrófico es el evento más llama al estudio y al encuentro del abanico de posibilidades donde pudo salir mejor o no suceder. Al estar acostumbrados a lo idealizado perdemos la capacidad de aceptar la probabilidad de lo imposible (Taleb, 2013).

Heurístico de Ajuste y Anclaje

A partir de un valor o un juicio se estiman valores y emiten juicios que se van ajustando, tomando como ancla la primera información recibida (Kahneman, 2012). Para Sanz y Carro (2019) el efecto que tiene este heurístico es darle un mayor peso a la información que llega en primer lugar, como el primer titular o de una noticia que recién leemos. Si además esto se conjunta con que la persona que está recibiendo la noticia quiere argumentar en favor de la información debido a que tiene inclinaciones por creerla

podría llamar al sesgo de confirmación dado que la mente trabaja con una confianza en la heurística que experimenta (Kahneman, 2012).

Los errores sistemáticos ayudan a establecer un terreno donde al estar expuestos a desinformación los sujetos que la enfrentan no son completamente racionales y que, a pesar de que hay elementos afectivos, tampoco se enfrenta todo únicamente con emociones desbordadas. Están las motivaciones y los componentes aparentemente racionales que nos motivan. A pesar de que para analizar la información lo que debería dirigir nuestros juicios es la evidencia, hay una predisposición a creer lo que queremos creer y a reforzar nuestro sistema de creencias (Kahneman, 2012; Meza, 2023; Sanz y Carro, 2019). En este sentido, se podría activar un proceso de razonamiento que lleve a los sujetos a estar seguros de sus conclusiones aun siendo erróneas, lo cual lleva a sumar el tema de las creencias epistemológicas. Para analizar el proceso de conocer que nos hace hacer válida o no la información.

Creencias epistemológicas.

El campo de estudio de las creencias epistemológicas se enfoca en lo que creemos saber acerca de nuestro propio proceso de adquirir y construir conocimiento, los criterios que utilizamos para evaluar, dónde creemos que reside y nuestras ideas sobre la naturaleza de este (Meza y Salas, 2021). En 1970, se llevaron a cabo los primeros estudios longitudinales para examinar la evolución de las creencias epistemológicas de los estudiantes de la Universidad de Harvard, brindando una mayor comprensión de los procesos de aprendizaje al proponer un modelo de nueve posiciones “El modelo sobre desarrollo ético e intelectual de Perry” (Perry, 1970). Estos estudios ayudaron a comprender cómo las creencias epistemológicas influyen en la forma de adquirir y desarrollar conocimiento, y cómo pueden cambiar con el tiempo.

El modelo de creencias de Perry se caracteriza por ser unidimensional y progresivo, describe nueve posiciones que representan la evolución de las creencias epistemológicas. Estas posiciones se basan en factores como las figuras de autoridad, las fuentes a través de las cuales obtiene el conocimiento y el establecimiento del compromiso personal de los estudiantes con la identidad que han elegido “ser” (Perry, 1970). En las posiciones 1, 2 y 3, nombradas: Dualismo básico, el conocimiento se percibe entre una dicotomía de lo que es y lo que no. En estas posiciones se inicia de la aceptación de una única visión a la aceptación de otras perspectivas de manera muy vaga y lejana. Para poder distinguir la verdad es preciso una figura de autoridad que valide y transmita el conocimiento. La incertidumbre pasa de no ser percibida a ser rechazada gracias a la legitimación que da la autoridad que termina con el estímulo incómodo que representa la duda (Perry, 1970).

En las posiciones 4, 5 y 6 identificadas por Perry (1970) se encuentra la multiplicidad. Aquí el individuo fluye en el relativismo hasta construir una idea del “ser”. La subjetividad que le otorga al conocimiento le da la opción de ser permisivo con sus propias ideas sin que las tenga que poner bajo análisis, porque las considera una opinión

que es válida, ya que tiene la idea de que la subjetividad defiende de esta forma la individualidad. Sin embargo, comienza a poner sus ideas en balance con las de otros posicionándose de esta forma en una horizontalidad con la autoridad. En la posición 6 el sujeto encuentra una noción del ser al que aspira y comienza a posicionarse en sus ideas y decisiones cuando se debe manifestar una elección. Aunque esta noción del “ser” aún no está completamente desarrollada, se encuentra en la libertad de elegir. A propósito de esta explicación, se recuerda a los medios de comunicación y las noticias falsas donde los individuos podrían expresar coincidencia con la información en función de lo que coincide o respeta la identidad de la que se sienten parte, ya sea en un asunto de identidad política o de clase y tener eso como consecuencia el compartir información falsa (Calvo y Aruguete, 2021; Brenes et al,2020; Montero Liberona y Halpern, 2019).

En las posiciones 7, 8 y 9, se desarrolla como Compromiso inicial, Orientaciones en implicaciones del compromiso y Desarrollando el compromiso, respectivamente. Aquí nos encontramos con un sujeto cuyo compromiso evoluciona en la construcción de la dimensión del “ser”, las acciones que toman los individuos para desarrollar quien ha elegido ser. Hay una autonomía para la gestión de su conocimiento.

El modelo de Perry de 1970 fue una influencia importante en la investigación de la epistemología del conocimiento, generando en el campo conceptualizaciones distintas. Uno de estos enfoques es el de Schommer-Aikins, quien planteó la idea de un desarrollo asincrónico de la epistemología del conocimiento. Además, Schommer-Aikins, identificó 5 dimensiones en su modelo: Estructura, certeza, fuente de conocimiento, control y la velocidad de adquisición del conocimiento (Zanotto y Gaeta, 2018).

La perspectiva dimensional ayuda a entender la complejidad en la construcción de creencias en torno al proceso de conocer. Uno de los modelos subsecuentes y mayormente recurridos es el de Hoffer y Pintrich de 1997 (Meza y Salas, 2021; Zanotto y Gaeta, 2018) que recuperan la idea del modelo multidimensional y agrupan estas dimensiones en dos áreas. Zanotto y Gaeta (2018) lo explican de la siguiente forma: La primera área es el conocimiento y contiene a) Certeza del conocimiento: Se refiere a la concepción del conocimiento como algo que permanece sin cambios a través del tiempo (estable) o si es cambiante. b) Estructura del conocimiento: Comprende la concepción del conocimiento como algo aislado y sin conexión con otras áreas o conceptos interrelacionados susceptibles a ser jerarquizados, asociados e interconectados.

En la segunda área se encuentra el proceso de conocer y sus dimensiones son c) Fuente del conocimiento: La adquisición del conocimiento viene de afuera del sujeto o el sujeto es capaz de la construcción del conocimiento. Por último, la d) La justificación que es lo que permite darle validez al conocimiento. En un extremo está la autoridad como filtro para diferenciar lo verdadero de lo falso y en el otro la acción de investigar e indagar por medios propios en distintas fuentes de información, lo que exige un razonamiento (Hoffer y Pintrich, 1997 citados en Meza y Salas, 2021; Zanotto y Gaeta, 2018).

A diferencia con los sistemas de conocimiento las creencias epistemológicas llevan consigo un compromiso afectivo de construcción de identidad, lo que las hace no

siempre racionales y lógicas, con una mayor resistencia al cambio, pero con una fuerte influencia en el pensamiento de las personas (Zanotto y Gaeta, 2018). Sin embargo, tienen una vinculación directa con la metacognición, que es lo que pensamos acerca de las características del conocimiento que se obtiene o se pretende adquirir, a partir de las creencias personales buscamos los caminos hacia el conocimiento e iniciamos los análisis de la información que nos genera incertidumbre o que nos llama la atención.

Diversos autores (Zanotto y Gaeta, 2018; Meza y Salas, 2021; Meza et al., 2023) señalan a las creencias epistemológicas como un eje en la construcción del conocimiento en estudiantes universitarios en el proceso de análisis, contrastación de información y formación de investigadores. Meza y Salas (2021) se dirigen al campo específico de las Creencias epistemológicas específicas al internet. Es decir, las ideas de la naturaleza y la forma de conocer en internet. Dado que la desinformación es experimentada con nuestro sistema de creencias personal para decidir su validez, el abordaje de las creencias en la alfabetización mediática no sólo es prudente, sino que se vuelve indispensable.

Podcast

Los formatos que adquiere la información en internet se han multiplicado y no se reduce a información escrita, también se cuenta con imágenes, vídeo, plataformas interactivas y audios. De la radio al podcast, los formatos de audio también han logrado adaptarse a los avances tecnológicos y encontrar su lugar en plataformas digitales que los alojan y los difunden ampliamente. Los podcasts según la definición de Phillips (2017), son archivos de audio digitales que se cargan a plataformas en línea para compartir con otros a través de una URL de arquitectura abierta RSS (Real Simple Syndication) que permite su revisión y descarga automática de forma periódica.

La disponibilidad y la facilidad de acceso a los podcasts han permitido que este formato de contenido haya tenido un auge significativo en los últimos años (Goldman, 2018).

Con la evolución de las tecnologías de grabación y distribución de audio, los podcasts han abierto la producción de contenido auditivo, permitiendo que cualquier persona con acceso a un micrófono y una plataforma en línea pueda crear y difundir su propio programa. Esto ha llevado a la diversificación de voces y perspectivas en el espacio de los medios de comunicación, brindando oportunidades para que diversos temas y comunidades encuentren su audiencia (Goldman, 2018; Solano y Sánchez, 2010).

Aunque los autores intentan hacer una estimación de su crecimiento y comportamiento, de un año a otro las plataformas han ido cambiando aceleradamente. Sullivan (2019) exploraba el potencial de las plataformas y la manera en la que los podcasts se iban consolidando en internet. Soundcloud.com en la investigación de este autor, figuraba como *el hosting service* preferido, seguido por anchor.fm. El problema es de financiamiento, aunque también influía el grado de conocimiento en tecnologías que tuviera el usuario. Las compañías que alojan los servidores son la clave en la difusión de

podcast y la prometedora Anchor.fm fue adquirida por Spotify (Stelter, 2019) para competir en el terreno creciente de los podcasts. Sullivan (2019) hace una nota sobre que las plataformas exploran la forma de monetizar el contenido de forma que se maximicen las ganancias, el movimiento financiero de Spotify podría seguir cambiando el mundo del podcast.

Además de su papel en el ámbito empresarial, los podcasts han encontrado su utilidad en el campo educativo. No es la primera vez que un formato audio se usa con fines educativos. La radio tiene usos educativos, así como otros formatos de tecnología en desuso los tuvieron, como cassettes y CD's. Según Solano y Sánchez (2010), el podcast educativo se define como una herramienta didáctica (de contenidos educativos) en formato de archivo sonoro disponible en línea, que ha sido diseñada a partir de un proceso de planificación didáctica.

Lo novedoso del podcast es que permite su acceso desde cualquier lugar contando con un dispositivo móvil y conexión a internet. Como la mayoría de las tecnologías y herramientas de la información aplicadas en la educación, los podcasts no vienen a reemplazar la lectura o los medios tradicionales de enseñanza, sino a complementar y permitir que los estudiantes encuentren otra forma de aprender. En el estudio de Bolliger et al. (2010), en los tempranos pasos del podcast, se demostró que los podcasts tienen un efecto comprobado en aumentar moderadamente la motivación de los estudiantes en sus clases en línea.

Por su parte, Goldman (2018) años después se muestra más entusiasta al respecto del uso de los podcasts en la educación y destaca: el uso de los podcasts para mejorar la experiencia del aprendizaje, permitiendo al estudiante explorar otras formas de aprender y generar "*insights*" al ganar conocimiento adicional sobre un tema de interés o reiterar información necesaria. Además, Goldman (2018) menciona el uso de los podcasts entre maestros como herramienta para compartir conocimiento. Otro de los beneficios del podcast mencionado por Vandenberg (2018, citado en Goldman, 2018) es la posibilidad de que la escucha atenta de los podcasts permita ver la importancia de la argumentación coherente y los estudiantes mejoren su expresión escrita y por lo tanto la forma en la que expresan sus ideas.

El podcast tiene además la característica de una producción de bajo costo. Su potencial reside también en su uso como herramienta didáctica para que los estudiantes generen su propio contenido y así accedan a un proceso creativo y reflexivo que los lleve a explorar el conocimiento de forma distinta y encuentren las herramientas óptimas que potencien su aprendizaje.

El uso de podcast educativos ya ha sido aplicado en distintos niveles de enseñanza, en sus inicios los autores Solano y Sanchez (2010) vieron un potencial para ser aplicado como una herramienta que favorece el aprendizaje. Estos autores hicieron hincapié en que lo que importaba para el proceso de creación del podcast educativo como recurso didáctico era la interacción del profesor, el contexto y los estudiantes. Visualizaron el podcast como un elemento del aula y elaboraron una guía para que profesores

podrían crear y difundir su podcast por medio de la plataforma iTunes. Describen una planificación del podcast orientada en elementos como la edición, el formato de compresión, la velocidad de bits y otras precisiones técnicas (Solano y Sánchez, 2010). Generalizando las precisiones referidas a la planeación, puesto que esta guía estaba orientada para profesores expertos.

Es importante, para cerrar la sección del podcast, ubicar la herramienta en un modelo de *M-Learning*. Mientras el *e-learning* está diseñado en la idea conceptual del salón de clases que se traslada a un entorno en línea (Llorente y Marín, 2010) el *M-learning* está asociado a la movilidad y a la espontaneidad del aprendizaje, de conectividad informal, aprendizaje situado y situaciones reales. Principalmente orientado hacia el constructivismo y la colaboración, de ambientes y tiempos independientes (Llorente y Marín, 2010).

El *M-Learning*, de acuerdo con los autores Llorente y Marín (2010) es una metodología apoyada en dispositivos móviles que hace uso de *learning objects* que son entidades digitales, autocontenibles y reutilizables, como los podcasts. Los podcasts educativos, para estos autores requieren de 3 factores para cumplir su propósito: Contenidos, actividades de aprendizaje y una contextualización por parte de quien imparte la clase.

Beltrán (2016) desarrolla un ejemplo de podcast educativo implementado como estrategia didáctica para la comunicación y la enseñanza ecológica. En este trabajo la autora diseña desde sus habilidades comunicativas, un podcast para implementar en el aula con el fin de ayudar en la motivación de los alumnos y propone una estructura donde el podcast es parte de una planeación de clase en una población específica.

Recientemente en el ámbito universitario los podcasts han sido adoptados como estrategias educativas por distintos autores (Beltrán, 2016; Castillo-Prada, 2022; González, 2010; Rivera et al. 2015) con un enfoque de complemento para el aula. Castillo-Prada (2022) y Rivera et al (2015) proponen al podcast como una estrategia donde el estudiante desarrolla un podcast por sí mismo como estrategias de aprendizaje.

Como un ejemplo, la autora Castillo-Prada (2022) posiciona al podcast como una herramienta que puede ser usada como medio de aprendizaje para que los alumnos desarrollen una actividad y que llegue a un producto podcast. De esta manera busca motivar a los estudiantes y hacer tareas más atractivas, observaron en el proceso una mayor adherencia al compromiso de investigación. Por otro lado, los autores Andrade y Páez (2021) muestran al podcast educativo como una herramienta para la interacción entre profesor y alumno al dejar la retroalimentación en un podcast al que puedan acceder los estudiantes de forma periódica.

Un podcast de divulgación con contenido educativo, por lo tanto. No es lo mismo que un podcast educativo, puesto que la divulgación está orientada a un público amplio y no considera un entorno de clases. Un podcast con propósito de divulgación puede no tener una planeación o un diseño que siga estrategias con el objetivo del aprendizaje. El

podcast de divulgación con contenido educativo, recopilando a los autores anteriormente mencionados (Goldman, 2018; Llorente y Marín, 2010; Solano y Sánchez, 2010) y retomando el concepto de divulgación propuesto por CONAHCyT (s.f.), es aquel que está diseñado desde las estrategias y modelos educativos con el objetivo de informar a un público amplio los avances e investigaciones de la ciencia. Pero esta idea también es limitante a que el conocimiento no es posible si no está en un aula de clases. Por lo que nos referiremos al podcast educativo como la primera definición de Solano y Sánchez (2010).

Los ejemplos de podcast de divulgación científica suelen encontrarse en comunicadores. Dryden (2022) elaboró un cuidadoso piloto de podcast de divulgación científica con estrategias comunicacionales, como también lo realizó la autora Rojas (2016), sólo que esta última sí publicó sus resultados, teniendo una visibilidad satisfactoria y comprobando que es posible grabar, producir y difundir un podcast siendo una sola persona.

Modelo de diseño instruccional.

Con la aplicación de distintas tecnologías a los procesos de aprendizaje, se hizo necesario un proceso de construcción de materiales educativos para que al implementar los nuevos materiales se pudiera medir su impacto y efectividad, incluidos los ambientes virtuales de aprendizaje (Londoño, 2011). El autor Goldman (2018) en su análisis de los beneficios de los podcasts como herramienta educativa coincide en esta idea, para funcionar como herramienta de aprendizaje es fundamental que siga una planeación educativa. En estas ideas se argumenta la necesidad de la divulgación con diseño instruccional.

Con el fin de proporcionar a profesores y estudiantes una herramienta de mayor eficacia en la creación y uso de podcasts, se aplicó un diseño instruccional, tal como se haría en cualquier otra plataforma educativa. En este sentido, se adoptó el enfoque del diseño instruccional de (Merrill, como se citó 2002, citado en Cubillos, 2020), el cual se destaca por su adaptabilidad para convertir la experiencia de aprendizaje en una narrativa basada en la resolución de problemas.

De acuerdo con Merrill, Li y Jones (1991), el diseño instruccional presentado se centra en el diseño del aprendizaje, combinando el tipo de instrucción implementada con teorías pedagógicas, en particular las constructivistas y cognitivistas. El modelo de diseño instruccional de Merrill describe el proceso mediante el cual el aprendiz adquiere conocimiento. Este modelo pertenece a la segunda generación de diseños instruccionales. Su objetivo es fomentar la motivación del aprendiz para influir en los resultados de aprendizaje, dándole prioridad a los resultados y la práctica como medios para aprender.

El diseño instruccional de Merrill se fundamenta en cinco principios clave que guían el desarrollo de una experiencia de aprendizaje efectiva. Estos principios abarcan la

activación de conocimientos previos, la demostración de habilidades o conocimientos, la aplicación práctica de lo aprendido, la integración de nuevos conocimientos en situaciones reales y la evaluación de la transferencia de aprendizaje (Cubillos, 2020) Estos principios no necesariamente se llevan a cabo de forma secuencial.

1. **Principio de la resolución de problemas:** El objetivo es lograr que el aprendiz se comprometa con la resolución de un problema que asocie con una situación del mundo real o como importante de esta manera se fomentará la adquisición, producción y uso de los modelos mentales y no será un aprendizaje memorístico (Cubillos, 2020). El autor nos dice que, si a esto se le suma la progresión de la dificultad en sus actividades, el aprendizaje se facilitará
2. **Principio de activación:** Llamar al conocimiento previo y enmarcar los antecedentes que pudieran hacer falta para propiciar las asociaciones y generar ideas, conjeturas, aproximaciones o hipótesis de lo que se espera que pase con el problema. Cuando el conocimiento es activado sirve como base para el nuevo conocimiento que llega (Cubillos, 2020)

Para ello Merrill (2002, citado en Cubillos, 2020) sugiere lo siguiente:

- Activar experiencias previas relevantes.
 - Recordar, relacionar, describir o aplicar conocimientos o experiencias previas que sirvan para cimentar el nuevo conocimiento.
 - Proporcionar una experiencia relevante que sirva para relacionar el nuevo conocimiento.
 - Brindar oportunidades de demostrar el conocimiento previo que pueden utilizar para el nuevo conocimiento.
3. **Principio de demostración:** Demostrar la habilidad, conocimiento o concepto que se pretende que el estudiante adquiera. Qué es, cómo se hace y qué sucede como resultado de su adquisición.
Los principios de la demostración son los siguientes: Orientación, participación en la discusión y permitir experimentar la demostración a través de los medios apropiados para el contenido.
 4. **Principios de aplicación del contenido:** La instrucción debe permitir al aprendiz aplicar el conocimiento recién adquirido. Merrill (2002) sugiere el diseño de problemas variados para que el aprendiz practique sus nuevas habilidades.
 - Reconocimiento de las partes o componentes de los conceptos.
 - Generalización de ejemplos.
 - Promover la ejecución de procedimientos “Cómo hacer” “Qué sucede sí”
 5. **Principio de integración:** Transferir el nuevo conocimiento a la vida cotidiana, demostrar públicamente, reflexionar y discutir sus nuevos conocimientos o destrezas. También pueden inventar y explorar nuevas maneras de usar el nuevo conocimiento. Favorecer la asociación de los modelos mentales y la nueva información, incrementando la generalización y el traslado del conocimiento a otras áreas.

Al aplicar un diseño instruccional, como el enfoque de Merrill, se potencia la eficacia de los podcasts como herramientas educativas. Este enfoque permite convertir la

experiencia de aprendizaje en una narrativa atractiva y basada en la resolución de problemas, lo cual pretende favorecer la reflexión y participación de la audiencia en su aprendizaje, así como la transferencia de conocimientos a situaciones reales.

Propósito de la actividad:

En esta actividad, se llevó a cabo la producción de un podcast utilizando un modelo de diseño instruccional. El objetivo fue maximizar los beneficios que ofrece la herramienta del podcast y crear una herramienta de divulgación con un enfoque didáctico. El podcast abordó la información relacionada con los proyectos de investigación: PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas".

Esta iniciativa busca aprovechar el poder del podcast como una forma de comunicación efectiva y accesible para difundir los hallazgos y conocimientos generados en estos proyectos de investigación. A través de un enfoque de planeación didáctica que sigue el modelo de diseño instruccional de (Merrill 2002, como se citó en Cubillos, 2020), se creó un contenido enfocado a ser comprensible y valioso para el público en general, proporcionando información relevante y perspectivas educativas sobre el tema de las creencias epistemológicas, los sesgos cognitivos y la lucha contra las noticias falsas que pueda ser escalable al análisis de desinformación que circula en internet.

Se espera que este podcast no sólo brinde información, sino que también promueva la reflexión y el pensamiento crítico de las personas a las que alcance. Al ofrecer una herramienta de divulgación en un formato accesible, atractivo y planificado para fungir como una herramienta didáctica de quien encuentre el material. Se busca contribuir a la alfabetización mediática al poner en circulación el producto final en el mismo medio donde se encuentra el problema que desea contrarrestarse. El podcast comenzó a ser difundido en plataformas digitales populares de streaming de audio iniciando por Spotify. Otro aporte al que se aspira es dejar un precedente de estructura para que quienes deseen replicar la iniciativa tengan un punto de partida con perspectiva didáctica e información empírica sobre la estructura.

Método

El trabajo presentado en este manuscrito es no experimental. Describe la construcción de un podcast a partir de información empírica de análisis de productos similares al podcast meta y propone una estructura que utilice los principios de un diseño instruccional. El estudio es de alcance exploratorio descriptivo. Se describe el procedimiento y las herramientas usadas para la creación del podcast Psicoblindaje.

Participantes:

Dirigido a estudiantes de Psicología de FES Iztacala, UNAM, estudiantes de Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM y público general interesado en el tema de la desinformación y sus abordajes psicológicos.

Objetivo general:

Aplicar un modelo de diseño instruccional a la estructura y guion de un podcast de divulgación que explique las perspectivas psicológicas relacionadas con el análisis de información de noticias falsas, específicamente los sesgos cognitivos y creencias epistemológicas.

Objetivos específicos:

- Seleccionar la información relevante relacionada con noticias falsas, sesgos cognitivos y creencias epistemológicas abordada en los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas".
- Analizar estructuras de podcast que abordan temáticas similares, para utilizarlos como referencia y guía para la elaboración del guion del podcast de divulgación.
- Adaptar la estructura seleccionada al modelo de diseño instruccional propuesto por Merrill, con el objetivo de aplicarlo en los guiones del podcast de divulgación.
- Desarrollar la narrativa de los guiones que sea coherente con el diseño instruccional y la divulgación de información, incorporando estrategias que faciliten la comprensión de los temas para un público no especializado.

Procedimiento

Este proyecto se desarrolló en 3 fases que comprenden los preparativos, la planificación y el desarrollo del podcast Psicoblindaje. La primera fase, la planificación, estuvo orientada a recopilar las primeras ideas generales de la temática que se deseaba abordar, así como las características de un podcast como herramienta de divulgación. En la fase 2 se planificó la estructura del podcast basándose en el análisis de otros podcasts con contenidos afines. Finalmente, en la tercera fase, se desarrolló el podcast, proponiendo una estructura integradora que combinaba el diseño instruccional de Merrill (2002, citado en cubillos 2020) y las herramientas obtenidas en las fases anteriores.

Fase 1. Preparativos:

La asistencia a los seminarios de los proyectos: PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" que se llevó a cabo de enero del 2021 diciembre de 2022 y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias

falsas" que tendrá lugar de enero de 2022 a diciembre de 2024. El seminario propició la colaboración entre pares, lo que ayudó a la construcción del marco teórico de la información a partir de múltiples perspectivas. Marco teórico en el que se basaron los guiones de este podcast.

Se seccionó la información en tres temas:

- Noticias falsas: Conceptualizaciones sobre la desinformación.
- Teoría dual del procesamiento: Heurísticos y sesgos cognitivos.
- Creencias epistemológicas.

Otras estructuras de podcast

A partir de la asistencia al Taller *¿Cómo producir un podcast político?*, en el periodo del 3 de mayo del 2022 al 13 de Julio del 2022. Dictado y organizado por Rombo Podcasts, Diálogo Político y la Fundación Konrad Adenauer en el marco de la plataforma DP Campus. Cuyos ponentes principales fueron el doctor en Comunicación por la Freie Universität Berlin. Franco Delle Donne, quien desarrolla proyectos de divulgación científica y Raúl Gil Benito experto en diseño de estrategias de comunicación. Se obtuvieron las herramientas empíricas para desarrollar un podcast. Se relatan las herramientas retomadas para este proyecto a continuación:

- Definir tema: Desinformación y sus abordajes desde una perspectiva psicológica
- Elegir un propósito del podcast: Divulgar
- Definir audiencia: Dirigido a estudiantes de Psicología de FES Iztacala, UNAM, estudiantes de Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM y público general interesado en el tema de la desinformación y sus abordajes psicológicos.
*Primeros interesados los asistentes al seminario del PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas".

Fase 2. Planificación

Elegir formato de podcast: Se eligió un estilo mixto entre reportaje y narrativo.

- Reportaje: Requiere un guion de estructura y complejidad moderada, se dirige a un público no especializado y maneja un lenguaje simple. Las secciones están definidas, se usan entrevistas y dirección de un anfitrión que tiene opción a la improvisación. Ejemplos: Seminario gatopardo, Bajo la lupa, Geopolítica pop, La lista.
- Narrativo: Alta estructura y complejidad en el guion. Es similar a una actuación teatral. Participaciones definidas, no hay improvisación. Secciones claramente definidas. Ejemplo: Caso 63.
- Conversacional: Poco estructurado y complejo, los participantes charlan de

temas elegidos. Hay secciones que operan como una guía, sin que sea forzoso seguirlas. Parece improvisado y maneja un lenguaje natural. Ejemplos: Botepronto, la mayoría de los podcasts de comedia.

Tipos de estructura de un episodio:

Para la elaboración de la estructura de un episodio se analizaron diferentes podcasts para elegir secciones posibles.

Podcasts analizados en la estructura de un episodio:

- Epidemia

Ultra:

Reportaje-narrativo.



<https://open.spotify.com/show/6dPN8sY3t2HbvoFiqog4vf?si=7b6f9366e9e64a02>

- Geopolítica Pop: Reportaje con cápsulas narrativas.



<https://open.spotify.com/show/4qkp9HXtJ0oDXUkvwGcF5B?si=db37ee3ad4234b36>

- Seminario Gatopardo: Reportaje-narrativo.



<https://open.spotify.com/show/6UDIQJWYD1q7zDnzljpc4Z?si=ab9832378c20496e>

Estructura elegida de un episodio:

- *Venta Inicial o “La promesa”*: Describe el problema que abordan y la importancia que tiene el escuchar el podcast para la solución de ese problema. Varía entre episodios.
- *Branding Intro de apertura*: Identificar qué estamos escuchando y quienes son los que estamos escuchando. Se repite en cada episodio y se usa como estrategia comercial.
- *Desarrollo*: Se expone el tema, se cuenta la historia prometida. Se cumple la promesa inicial.
- *Conclusión*: Mensaje claro de lo abordado y la invitación a escuchar el siguiente episodio.
- *Cierre*: Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar. Branding.

Herramientas usadas

- Micrófono: Blue Yeti (Salida USB)
- Filtro pop
- Plataforma zoom (Entrevistas)
<https://zoom.us/>
- Plataforma Spotify for podcasters. (Para la publicación de podcast)
<https://spotifyanchor-web.app.link/e/ivy5CT7XhAb>

Software

- Audacity (Arquitectura libre)
- Librería de sonidos libre: BBC Sound Effects, Envato elements.
- Google Drive
- Google Docs

Fase 3. Desarrollo

Estructura del guion del podcast con la aplicación del diseño instruccional de Merrill.

Los guiones desarrollados siguieron la siguiente estructura al momento de su escritura con base en el diseño instruccional de Merrill (2002, citado en Cubillos 2020).

Tabla 1: Estructura general de los episodios del podcast con diseño instruccional basado en Cubillos, 2020.

Diseño Instruccional de Merrill	Estructura de Podcast
<p>1. Principio centrado en la resolución de problemas. Comprometerse con la solución de un problema del mundo real.</p> <p><i>Directrices para la escritura:</i> Definir el objetivo del podcast y las preguntas que serán abordadas. Relacionar el título con el tema principal.</p>	<p>Relacionar el título con el tema principal. Venta inicial: La Promesa ¿Cuál es el problema que serán capaces de resolver una vez terminado de escuchar un episodio del podcast?</p> <p>Crear la situación narrativa que exponga el tema. Branding: Intro - Apertura Identificar qué estamos escuchando y quiénes son los que estamos escuchando.</p>
<p>2. Principio de activación:</p> <p>Llamar al conocimiento previo y enmarcar los antecedentes que pudieran hacer falta para propiciar las asociaciones y generar ideas, conjeturas, aproximaciones o hipótesis de lo que se espera que pase con el problema.</p> <p><i>Directrices para la escritura:</i> Contextualizar a la audiencia.</p>	<p>Desarrollo: Preguntar a la audiencia, llamar lugares comunes</p> <p>Anunciar objetivo del podcast</p> <p>Mediante una pregunta o una suposición cerrar con la sección Ejemplo: Entonces lo que estamos diciendo ¿Es que no hay manera de luchar contra las noticias falsas?</p> <p>¿A qué piensas que se le atribuye este fenómeno? ¿Has estado en la situación que se describe?</p> <p>¿Qué te viene a la mente cuando digo... sesgos?</p>

<p>3. Demostración</p> <p>Demostrar la habilidad, conocimiento o concepto que se pretende que el estudiante adquiera. Orientación, participación en la discusión y permitir experimentar la demostración a través de los medios apropiados para el contenido.</p> <p><i>Directrices para la escritura:</i> Narrar claro, recurrir a ejemplos, dirigirse directamente a la audiencia.</p> <p><i>Notas para entrevista:</i> Contestar preguntas orientadoras del episodio y cumplir promesa.</p>	<p>Desarrollo</p> <p>Entrevista con los expertos</p> <p>El locutor se vuelve un par de la audiencia.</p> <p>Ejemplos de interacciones: Hablar en primera persona del singular o del plural.</p> <p>Yo siempre he tenido la duda... Hay algo que me llama la atención...</p> <p>¿Qué nos hace falta para entender el tema?</p>
<p>4. Principio de aplicación</p> <p>El nuevo conocimiento es aplicado por el estudiante.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Reconocimiento de las partes o componentes de los conceptos. -Generalización de ejemplos. -Promover la ejecución de procedimientos “Cómo hacer” “Qué sucede sí”. <p><i>Directrices para la escritura:</i> Encontrar ejemplos que al narrarlos permitan a la audiencia intentar llegar a una conjetura.</p>	<p>Desarrollo:</p> <p>Análisis del problema inicial con el nuevo conocimiento</p> <p><i>Cumplir la promesa</i></p> <p>Lo que hemos revisado: Ejemplo aplicado con noticia falsa o situación.</p> <p>En algunos casos la entrevista: La audiencia analiza y ubica los conceptos que fueron proporcionados.</p> <p>Conclusión:</p> <p>Mensaje claro, invitar a escuchar el siguiente episodio.</p> <p>Cierre:</p> <p>Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar.</p> <p>Branding</p>

<p>5. Principio de integración</p> <p>Motivación a los estudiantes a aplicar sus conocimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reflexionar sobre la solución. - Generalizar: Encontrar los elementos que son susceptibles de ser generalizados mediante el análisis de los ejemplos específicos, creando nuevas teorías, cuando el caso lo amerite. - Crear y explorar nuevas formas de usar el nuevo conocimiento en su vida cotidiana. <p>Demostrar su conocimiento.</p>	<p>Conclusión: En invitación a la reflexión en temas más complejos.</p> <p>Redes sociales:</p> <p>Estrategia de difusión.</p> <p>Pregunta que acompañe la interacción en Spotify.</p>
--	---

Ciclo de producción por episodio



Figura 1: Ciclo de producción por episodio Fuente: Elaboración propia.

Ruta crítica de tiempos de producción por episodio

Proceso	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	S	D	L	M	Mc	J	V	S	D	L	
Guión (Incluye revisiones)	20 Horas (En promedio)								Siguiete Episodio						
Grabación								2.5 Horas							
Entrevista	Creencias							2 Horas							
Maqueta									8 Horas						
Edición													20 Horas		

Figura 2: Ruta crítica de producción por episodio Fuente: Elaboración propia.

Producción: El proceso de producción de este podcast engloba la planificación, elaboración del guion, grabación y organización del contenido de cada episodio.

Edición: Se trata del proceso de revisión y ajuste del contenido grabado con el fin de mejorar su calidad y presentación. Esto implica la eliminación de errores, la corrección de niveles de sonido, la supresión de ruido de fondo y la incorporación de efectos de sonido y música. La edición también puede involucrar la inclusión de introducciones y cierres, así como la segmentación del contenido en secciones más pequeñas para facilitar su consumo.

Resultados

Como resultado se muestran las cartas descriptivas de cada capítulo que resumen la forma en la que fueron abordados los contenidos en cada episodio, así como la pregunta que se publicará en la plataforma de difusión, con el objetivo de que haya una interacción con el usuario. Para ver los contenidos desarrollados, se puede ir a la sección de Anexos en este manuscrito. Se exponen brevemente en estas cartas descriptivas los objetivos, las preguntas guía y la aplicación de los principios del diseño instruccional elegido. Además, se encuentran en los anexos los guiones de los seis episodios, también se pueden escuchar los episodios en la siguiente liga: <https://podcasters.spotify.com/pod/show/psicoblindaje>

Cartas descriptivas de los capítulos del podcast Psicoblindaje.

Capítulo 1.	Larga vida a las fake news
<i>Objetivo del podcast:</i>	Entender qué es una noticia falsa y cuáles son los alcances del fenómeno.
<i>Conceptos por tratar.</i>	Noticia falsa Desinformación Posverdad
Principio centrado en la resolución de problemas:	
Promesa	Se contestarán las preguntas: ¿Es esta definición suficiente? ¿Qué es una noticia falsa? ¿Podemos distinguir una fake new en el mar de información? ¿Es posible vencer a las noticias falsas?
Principio de activación:	
Contextualizar a la audiencia	Antecedentes populares e históricos de las noticias falsas
Principio de demostración	
Experimentar la demostración.	Entrevista con expertos.
Principio de aplicación	
Conclusión:	Las noticias falsas son parte de la vida cotidiana y se pueden estudiar con un enfoque psicológico.

Principio de integración	
Pregunta en redes	¿Pueden morir las noticias falsas? (Facebook, twitter, instagram) ¿Qué se necesita para terminar con las noticias falsas? (Spotify)

Capítulo 2.	The big picture.
<i>Objetivo del podcast:</i>	Identificar cómo se relaciona la psicología con el estudio de las noticias falsas.
<i>Conceptos por tratar.</i>	Etapas de la noticia falsa procesos cognitivos Correlación y causalidad.
Principio centrado en la resolución de problemas:	
Promesa	Se contestarán las preguntas: ¿Qué nos hace falta para entender el estudio de las noticias falsas y su relación con el funcionamiento de nuestra mente?
Principio de activación:	
Contextualizar a la audiencia	Recordar temas del episodio pasado. La ruta de las noticias falsas: Cómo se viraliza.
Principio de demostración	
Experimentar la demostración.	Entrevista con expertos: Relato e investigaciones en torno a las noticias falsas.

Principio de aplicación	
Conclusión:	Todos somos vulnerables a las noticias falsas, explicar “The big picture” y la relación de la psicología con el tema de la desinformación.
Principio de integración	
Pregunta en redes	¿Puede la psicología salvarnos de las noticias falsas?

Capítulo 3.	Sesgos cognitivos y heurísticos primera parte: Atajos mentales
<i>Objetivo del podcast:</i>	Explorar la relación de los sesgos cognitivos y nuestro análisis de información, incluidas las noticias falsas.
<i>Conceptos por tratar.</i>	Heurísticos Sesgos cognitivos. Sistema de procesamiento dual.
Principio centrado en la resolución de problemas:	
Promesa	Conoceremos cómo nos engaña nuestra mente y por qué estamos bien con eso...Hasta que ya no estamos bien.
Principio de activación:	
Contextualizar a la audiencia	Recordar temas del episodio pasado. La intuición y su relación con la evolución del sistema 1.

Principio de demostración	
Experimentar la demostración.	Ejemplos diseñados para explicar los sesgos cognitivos. Problema de CRT: La bola y bat de béisbol. Entre otros mencionados en Kahneman (2012) y Matute Greño (2019) Entrevista con expertos.
Principio de aplicación	
Conclusión:	Lectura de titulares de noticias en Google ¿Se activan sesgos?
Principio de integración	
Pregunta en redes	¿Qué sesgos empleas cuando lees información que te ofrece el algoritmo?

Capítulo 4.	Sesgos cognitivos y heurísticos segunda parte: Errar es humano
<i>Objetivo del podcast:</i>	Conocer 3 de los heurísticos que aborda Kahneman (2012).
<i>Conceptos por tratar.</i>	Heurístico de ajuste y anclaje. Heurístico de disponibilidad Heurístico de representatividad.
Principio centrado en la resolución de problemas:	
Promesa	¿Cuáles son los errores a los que me lleva el sistema 1 y cuándo debo estar pendiente de ellos? ¿Cómo puedo darme cuenta de que estoy en un sesgo?

Principio de activación:	
Contextualizar a la audiencia	Recordar temas del episodio pasado. Los errores que cometemos cuando estamos en la guardia del sistema 1. Problema de Moisés (Matute Greño, 2019)
Principio de demostración	
Experimentar la demostración.	Ejemplos diseñados para explicar los sesgos cognitivos. Se retomó o diseñó un ejemplo para cada Heurístico.
Principio de aplicación	
Conclusión:	Actuación de una situación donde se retoma una noticia falsa referente a las Flores de Bach (Meza y Salas, 2021)
Principio de integración	
Pregunta en redes	¿Qué sesgos operan cuando escuchas mi voz en este podcast?

Capítulo 5.	Episteme ¿Qué?
<i>Objetivo del podcast:</i>	Conocer el concepto de creencias epistemológicas y su relación con las noticias falsas.
<i>Conceptos por tratar.</i>	Creencias epistemológicas. Dimensiones de las creencias epistemológicas.
Principio centrado en la resolución de problemas:	
Promesa	¿Qué son las creencias epistemológicas?

Principio de activación:	
Contextualizar a la audiencia	<p>Recordar temas del episodio pasado.</p> <p>Lo que creemos acerca del conocimiento: Hablemos de querer entender cómo estoy conociendo.</p>
Principio de demostración	
Experimentar la demostración.	<p>(Narración creada con una situación)</p> <p>Etapas narradas del Modelo de creencias de Hoffer y Pintritch.</p>
Principio de aplicación	
Conclusión:	<p>Reflexionar acerca de las áreas de oportunidad que cada uno tiene, siempre se está conociendo.</p>
Principio de integración	
Pregunta en redes	<p>¿Cómo construyes el conocimiento?</p>

Capítulo 6.	5 Psicólogos dijeron.
<i>Objetivo del podcast:</i>	Identificar las noticias falsas de las verdaderas con las herramientas adquiridas en la serie de podcast.
<i>Conceptos por tratar:</i>	Creencias epistemológicas. Sesgos cognitivos Noticias falsas
Principio centrado en la resolución de problemas:	
Promesa	¡Ponte a prueba y ayúdame a distinguir la información verdadera de la falsa!
Principio de activación:	
Contextualizar a la audiencia	Recordar temas de episodios anteriores
Principio de demostración	
Experimentar la demostración	Ejemplos narrados de noticias falsas. Ejemplos narrados de noticias falsas: El tabaco provoca lumbalgia. Elon Musk compra Uber. Esta candidata va ganando las encuestas, la elección está decidida.
Principio de aplicación	
Ejercicio	Pausa para que la audiencia diferencie si la noticia es verdadera o falsa.

Principio de integración	
Pregunta en redes:	¿Con quién compartirías este podcast?

Discusión

La irrupción del COVID-19 evidenció las repercusiones de las noticias falsas en la salud y la política. Aunque ambas áreas carecen de soluciones simples para combatir la desinformación, la lucha contra las noticias falsas se impulsa para proteger el bienestar de la sociedad en ambos aspectos. Las redes sociales, las burbujas mediáticas y la posverdad dificultan detener la propagación de noticias falsas como expresan diversos autores (Castillo et al, 2021; Sanz y Carro, 2019; Rodríguez. 2019). Es necesario incorporar la perspectiva de la psicología para desarrollar habilidades de análisis y verificación (Meza et al. 2023). El podcast Psicoblindaje busca educar en estos abordajes de enfoque psicológico y proporcionar información validada que fomente el pensamiento crítico y reflexivo de quien lo escucha.

Para cumplir el objetivo de ser un podcast de divulgación, Psicoblindaje fue diseñado para educar en variables psicológicas relacionadas con la aceptación de noticias falsas. Con el fin de que los sujetos mejoren sus habilidades para discernir, analizar y verificar la información que consumen. Específicamente: heurísticos y sesgos cognitivos y creencias epistemológicas, propuestas por Meza et al. (2023) como un eje para la educación mediática. Los episodios del podcast se basan en la información recopilada en los seminarios de investigación mencionados a lo largo de este escrito, sobre la cual se configuró el marco teórico utilizado para la escritura de los guiones de cada capítulo del podcast. Se adaptaron escenarios probados por Meza et al. (2023), Kahneman (2012) y Matute Greño (2019) en formatos sonoros y se propusieron otros que imitaran las pautas.

El podcast creado permite a los escuchas obtener información referente a los temas abordados desde cualquier lugar donde elijan escuchar, con la opción de repetir y regresar según se desee. Haciendo uso del podcast a conveniencia para un aprendizaje autodirigido. La audiencia tendrá acceso a un aprendizaje situado, como caracterizan las autoras Llorente y Marín (2010) al *M learnig*, debido a que el podcast se aloja en línea y es usado desde sus dispositivos móviles; donde también se convive con la desinformación. Además, el podcast hizo uso de elementos sonoros y comunicativos que lo hacen atractivo y fácil de escuchar. Lo cual podría traducirse en una motivación para el aprendizaje de quien lo escucha, como encontró Bollinger (2010) en sus estudios.

Para ser un podcast educativo, como lo refieren (Llorente y Marín, 2010) haría falta un ambiente de aula que no está contemplado en los alcances de este trabajo, pero podría ser usado en entornos de alfabetización mediática, como en una nueva edición o

adaptación del curso de análisis de noticias falsas que se impartió en las plataformas en línea de la FES Iztacala y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en la división de educación continua y vinculación en los meses de marzo y abril del 2022; con una segunda edición en septiembre y octubre de ese mismo año. Hasta este momento se queda en un podcast de divulgación científica y educativo, como la conceptualizan Solano y Sánchez (2010) y CONAHCyT, dado que el podcast Psicoblindaje difunde información validada de investigaciones recientes hechas en el país. Con el añadido de la aplicación de un diseño instruccional que le da calidad educativa al proponer objetivos de aprendizaje y planificar la ruta de la audiencia, incluida una autoevaluación en el episodio 6.

Los aportes de Solano y Sanchez (2010) fueron importantes como antecedente y para que la educación pudiera incursionar en el uso de otras herramientas digitales. Sin embargo, luego de 13 años se encuentra que las tecnologías avanzaron volviendo más fácil la creación de podcast y su alojamiento en plataformas, así como el acceso a recursos de edición, haciendo algunas de las consideraciones técnicas que marcaron inadecuadas. Además, los aportes de estas autoras tenían como público meta profesores. El aporte que se quiere dejar al respecto, con este manuscrito, es una estructura de redacción de guion. Donde el proceso creativo pueda ir de la mano con el diseño instruccional de Merrill (2002 citado en cubillos 2020) que garantice la apropiación de conocimiento de quien escucha y, si se plantea como objetivo de algún profesor, de quien elabora.

Mientras que los trabajos de podcast orientados a una estrategia de educación como recurso de un aula integran al podcast como parte de la secuencia de diseño instruccional (González, 2010; Rivera, 2015; Andrade y Páez, 2022) Psicoblindaje implementa el diseño instruccional en la elaboración del guion. Lo cual, a su vez, lo distingue de los productos desde el reportaje de comunicación (Dryden, 2022 y Rojas, 2016), con una implementación de un guion de diseño instruccional se le da, además de un carácter informativo, una calidad educativa al podcast Psicoblindaje, puesto que se hace uso de los recursos para mantener la atención de la audiencia, pero también para facilitar la apropiación del conocimiento. Convirtiendo al producto de este manuscrito en la conjunción de la implementación de los podcasts como herramienta para el aprendizaje y los esfuerzos de llevar los conocimientos más allá del aula con la divulgación científica para todos.

Conclusiones

Sobre el diseño instruccional:

Se proyectaron 6 episodios con una duración promedio de 30 minutos, cada episodio contó con 5 secciones delimitadas en la estructura propuesta para el guion que se expone en (Tabla 1). Al aplicar el modelo de diseño instruccional de Merrill (2002, citado en Cubillos 2020) se obtuvo una estructura uniforme, clara y coherente, objetivos de aprendizaje definidos y contenido relevante explicado de forma simple. Esto en conjunto con un diseño sonoro y atractivo dieron como resultado final un podcast con contenido educativo, con calidad. Que funciona como divulgación científica.

Los guiones 1, 2 y 3, se escribieron antes de iniciar con el proceso de grabación y edición. Estos contaban con un formato uniforme que seguía las mismas pautas en un proceso que se figuraba lineal. Sin embargo, al momento de iniciar con las entrevistas de los expertos se encontraron deficiencias en el procedimiento propuesto.

1. Los invitados expertos tenían aportes valiosos, pero excedían el tiempo estipulado del podcast (inicialmente 15 minutos). Esto se debió a que en el primer episodio se establecieron 4 preguntas orientadoras y 4 invitados expertos. Por lo que se repitió el proceso desde las entrevistas para llegar a una escritura de guion que se ajustara al contenido recabado. Para solucionar esto, en los guiones subsecuentes, se amplió el tiempo, se disminuyó la cantidad de invitados y se delimitaron mejor las preguntas.
2. En la grabación y el proceso de edición se pudo trabajar el ritmo del podcast y cambiar algunas secciones a conveniencia con el fin de que la audiencia entendiera mejor los temas. Por ejemplo: En el capítulo 2, al escuchar las entrevistas grabadas, después revisar el contenido, se llegó a la conclusión de que permitían contextualizar a la audiencia en temas de interés, por lo que se movieron al inicio del episodio, en el área del principio de activación.

Los ejemplos anteriores permiten mostrar que los principios del diseño instruccional de Merrill al momento de ser usados para la escritura del guion fueron concebidos e imaginados de cierta manera y al pasar a la práctica tuvieron la flexibilidad de ser manipulados sin perder su propósito. Esto se debió a que la estructura propuesta se tomó como guía para validación de la pertinencia del contenido. Esto pudo observarse, en el ejemplo del capítulo 2.

Al momento de la edición, donde se hacía una revisión detallada de los contenidos, los principios de diseño instruccional de Merrill permitían tener una guía para validar el contenido. Por lo que se verifica la pertinencia, y necesidad de aplicar un modelo de diseño instruccional para garantizar un contenido educativo, tal como lo describen (Goldman, 2018; Londoño, 2011).

Cada uno de los podcasts pudo ser problematizado en una narración (principio centrado en la resolución de problemas), tuvo la oportunidad de la contextualización (principio de activación), fue explicado y expuesto detalladamente (Demostración) y se promovió el uso de los conocimientos y escenarios y problemas (principio de aplicación).

En el caso de la herramienta digital podcast, la interacción con el usuario sucede de dos formas: con la escucha, por lo que se vuelve importante mantener su atención con estímulos sonoros, con las preguntas directas y problemas a resolver. La segunda forma de interacción con el usuario se da en las redes sociales y la plataforma donde se aloja. El principio de integración del modelo de diseño instruccional de Merrill fue el más desafiante de usar directamente en el podcast. Por ello, al momento del diseño y teniendo como objetivo que el material sea difundido en una plataforma como Spotify, se propuso usar la opción que tiene la plataforma de mostrar una pregunta directa a la audiencia, quien tendrá la oportunidad de interactuar con los creadores si tuviera el deseo, aun si no tuviera el deseo, la mención repetida de la pregunta podría fomentar su reflexión. Esta misma pregunta tendrá una publicación en las redes sociales una vez sea publicado el podcast.

Otra forma en la que se buscó aplicar el principio de integración fue en las conclusiones, donde se invitaba a ir más allá del podcast en una reflexión para aplicar los conocimientos en otros ámbitos y problemas.

El método utilizado para generar la estructura permitió, sin ser un experto en la redacción y los guiones de formatos audiovisuales, generar una estructura coherente. Por lo que se recomienda como estructura para elaborar proyectos educativos de formato audio. Se presenta en este escrito un método que puede ser un referente y punto de partida para investigaciones similares destacando la propuesta de estructura que sigue el modelo de diseño instruccional, que puede ser replicado. Además, se pone a disposición para su consulta los episodios diseñados, grabados y editados

No obstante, este trabajo tuvo limitaciones. En primer lugar, se menciona que no se agregó el diseño de una estrategia de divulgación más allá de la publicación en la plataforma. Para poder construir una comunidad en torno al podcast, es necesaria una campaña de divulgación en redes sociales. Sin ella, el alcance permanecerá en el mismo círculo y se volverá así parte de una burbuja mediática única, sin tener impacto alguno. La segunda limitación es que este método carece de una evaluación de resultados, al no poder tener información suficiente de su comportamiento y su audiencia, puesto que ha sido recientemente publicado. Aunque no ha sido propósito de este manuscrito determinar el alcance y efectividad del podcast Psicoblindaje como herramienta de aprendizaje, la falta de evaluación le impide determinar si es o no un producto aceptado por la población, aunque las primeras impresiones de su limitada audiencia han sido positivas, esta afirmación no puede quedar más que en una anécdota.

Otra limitación que es importante mencionar, son las licencias creativas para desarrollar el contenido expuesto dentro de los guiones del podcast Psicoblindaje. Algunas referencias o técnicas del discurso para mantenerlo accesible, pudieran ser cuestión de gustos personales. Este estilo elegido de hablar para la narradora debe ser sacado del análisis del podcast para mirarlo con mayor objetividad, no son más que recursos literarios.

El perfil de egreso en la Psicología SUAyED, se habla de un profesional que pueda desempeñarse en equipos multidisciplinarios con el afán de contribuir al desarrollo del conocimiento en la disciplina. Durante este trabajo en la producción del podcast Psicoblindaje, se tuvo cercanía no sólo con psicólogos expertos en distintas áreas, quienes fueron invitados a las entrevistas. Sino que también se trabajó con asesores de comunicación, ciencia política y medios audiovisuales, para dar a Psicoblindaje un carácter profesional y donde cada episodio representa orgullosamente a la comunidad de FES Iztacala y muestre la emoción y la vocación de investigar como psicólogo.

Se invita a que los siguientes investigadores tomen las herramientas del podcast de divulgación con diseño instruccional y evalúen la efectividad en grupos focales en diseños cuantitativos o cualitativos. Se deja la carta abierta para el acceso a este podcast a cualquiera que quiera retomarlo.

El equipo de Psicoblindaje, en especial su diseñadora instruccional, tienen la convicción de que este enfoque aporta un precedente para la innovación. Su ambición es contagiar la idea de una actividad colaborativa que promueva la construcción de nuevas perspectivas en el uso de herramientas digitales de aprendizaje.

Referencias.

- Alandete, D. (2019). *Fake news: La nueva arma de destrucción masiva*. Deus.
- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
<http://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.
- Amorós, Marc (2018). *Fake news: la verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial. Barcelona.
- Andrade, R. F., y Páez, Meivys. (2021). El podcast como herramienta de retroalimentación en la evaluación de actividades virtuales. *Mendive. Revista de Educación*, 19(1), 16-29. Epub 02 de marzo de 2021.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962021000100016&lng=es&tlng=es.
- Barragán-Romero, A. I. y Bellido-Pérez, E. (2019). Fake News durante la Primera Guerra Mundial: Estudio de su representatividad en las portadas de la prensa española (ABC Madrid), en *Historia y comunicación social* 24 (2), 433-447.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7168070>
- Beltrán Salvo, M. P. (2016). Podcast educativo como estrategia didáctica para la comunicación y enseñanza de la ecología: un proyecto para el colegio Compañía María Seminario de Santiago. <https://repositorio.uc.cl/xmlui/handle/11534/21260>
- Bernal-Triviño, A. y Clares-Gavilán, J. (2019). "Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita.es". *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280312. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>.
- Bolliger, D. U., Supanakorn, S., y Boggs, C. (2010). Impact of podcasting on student motivation in the online learning environment. *Computers & Education*, 55(2), 714-722. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.03.004>
- Bravo, J. (2008). Medios de comunicación en México: entre el autoritarismo de Estado y el autoritarismo de mercado. *Rev. mex. cienc. polít. soc*, 57-75.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2008.204.41986>
- Buckingham, D. (2019) La enseñanza mediática en la era de la posverdad: fake news, sesgo mediático y el reto para la educación en materia de alfabetización mediática y digital, *Cultura y Educación*, 31:2, 213-231, DOI: 10.1080/11356405.2019.1603814
- Calvo, E., y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.

- Castillo, V., Hermosilla, P., Poblete, J., y Durán, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas XXI*, (34), 87-108. Recuperado de <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.04>.
- Castillo-Prada, K. N. (2022). El podcast como herramienta de construcción y divulgación del aprendizaje [Conjunto de datos]. En I. Aguaded, A. Vizcaíno-Verdú, Á. H. Gómez, & M. Bonilla-Del-Río (Eds.), *Redes sociales y ciudadanía, ciberculturas para el aprendizaje* (Vol. 2). Grupo Comunicar Alfamed. <https://doi.org/10.3916/alfamed2022>
- Collins Language (2017). "How the Collins Thesaurus is compiled". <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/how-the-collins-thesaurus-is-compiled/>
- Comisión Europea (2022) *2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation*. (2022, 16 junio). Shaping Europe's digital future. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>
- Comisión Europea. (2020) *Lucha contra la desinformación*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation_es
- CONAHCyT (s.f) *Glosario de términos y recomendaciones para la captura de la solicitud de ingreso o reingreso al Sistema Nacional de Investigadores*. (s. f.). CONACyT. [https://conahcyt.mx/wp-content/uploads/sni/Glosario de Terminos Basicos y Recomendaciones SNI.pdf](https://conahcyt.mx/wp-content/uploads/sni/Glosario_de_Terminos_Basicos_y_Recomendaciones_SNI.pdf)
- Cubillos, S. (2020). Aprendizaje basado en la resolución de problemas: Los cinco principios de la instrucción propuestos por Merrill. Facultad de Arquitectura Universidad la Gran Colombia. En: https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/6077/1_LOS%20CINCO%20PRINCIPIOS%20DE%20LA%20INSTRUCCION%20DE%20%20MERRIL%20FCDPS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- De la Garza Montemayor, D. J. (2020). Medios sociales y democratización de la comunicación: del potencial emergente a los riesgos del presente. *Democracias*, 8(8), 183–211. <https://doi.org/10.54887/27376192.16>
- Dryden, E. (2022) *Faces of Science*. Podcast de divulgación científica. 2022. UPF Barcelona School of Management <http://hdl.handle.net/10230/54733>
- Epidemia Ultra*. (s. f.). Spotify. <https://open.spotify.com/show/6dPN8sY3t2HbvoFigog4vf>
- European Data Protection Board. (2023). *Guidelines 03/2022 on deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them*. Recuperado

20 de mayo de 2023, de https://edpb.europa.eu/our-work-tools/general-guidance/guidelines-recommendations-best-practices_en

- Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*, (269).
<https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>
- Ferreira, M. L., de Luca, K., Haile, L. M., Steinmetz, J. D., Culbreth, G. T., Cross, M., ... & Mahmoodpoor, A. (2023). Global, regional, and national burden of low back pain, 1990–2020, its attributable risk factors, and projections to 2050: A systematic Analysis of the global burden of disease study 2021. *The Lancet Rheumatology*, 5(6), e316-e329.
- Galarza-Molina, R. (2021). ¿Quién cree las fake news? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México. *AdComunica*, 235-264.
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.13>
- Geopolítica Pop.* (s. f.). Spotify.
<https://open.spotify.com/show/4qkp9HXtJ0oDXUkvwGcF5B>
- Goldman, T. (2018) The Impact of Podcasts in Education. *Pop Culture Intersections*. 29.
https://scholarcommons.scu.edu/encl_176/29
- González, A. P. (2010) Secuencias de Aprendizaje para la Producción de Podcasts Educativos. https://www.researchgate.net/profile/Alberto-Pacheco/publication/264497458_Secuencias_de_Aprendizaje_para_la_Produccion_de_Podcasts_Educativos/links/53e1c4c80cf2d79877a9d34c/Secuencias-de-Aprendizaje-para-la-Produccion-de-Podcasts-Educativos.pdf
- Hoffer, B., y Pintrich, P. (1997). The development of epistemological theories: Beliefs about knowledge and knowing and their relation to learning. *Review of Educational Research*, 67(1), 88-140. <https://doi.org/10.3102/003465430670010>.
- Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Penguin Random House.
- Llorente, M y Marín, V. (2010) Tecnologías móviles para la enseñanza en Solano, I. M., Llorente, M. D. C., Marín, V., Gutiérrez, I., Rodríguez, M. T., Román, P., ... y Matas, M. (2010). Podcast educativo: aplicaciones y orientaciones del m-learning para la enseñanza. Eduforma.
- Londoño, E. P. (2011). *El diseño instruccional en la educación virtual: más allá de la presentación de contenidos*. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5386237>

- López, L., y Aguaded, M. C. (2015). La docencia sobre alfabetización mediática en las facultades de Educación y Comunicación. *Comunicar*, XXII (44), 187-195.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15832806020>
- Matute, H., Greño, H. M., & Pont, J. J. (2019). *Nuestra mente nos engaña: sesgos y errores cognitivos que todos cometemos*.
- Mendes, Y., Acácio, G., Alves, G. Henrique, C., Dantas, F., & de Figueiredo, L. D. (2021). The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic: A systematic review. *Journal of Public Health*, 1-10.
- Merrill, M. D., Li, Z., & Jones, M. K. (1990). Second generation instructional design (ID₂). *Educational Technology*, 30(2), 7-14.
- Meza, J. M., Aranda Solís, C. E., Olalde López de Arechavaleta, B. R., y Palacios Navarro, S. (2022) Sesgos cognitivos y la discriminación de noticias falsas en una muestra de adultos mexicanos. <https://www.researchgate.net/publication/364716008>
- Meza, J. M., Cañizales Espinosa, M., González Santiago, E., y Morales Ruiz, M. E. (2023). Noticias falsas en Internet: argumentos sobre su identificación: Fake news in Internet: arguments raised on its identification. *Revista RELEP- Educación Y Pedagogía En Latinoamérica*, 5(1), 79–93.
<https://doi.org/10.46990/relep.2023.5.1.985>
- Meza, J. y Salas, V. (2021). Análisis de textos pseudocientíficos desde las creencias epistemológicas de estudiantes de psicología. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, (12), 44.
https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1234
- Montero-Liberona, C., y Halpern, D. (2019). Factores que influyen en compartir noticias falsas de salud online. *El profesional de la información (EPI)*, 28(3).
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.17>
- Myers, D. G. (2012). *Social psychology* (11th ed.). McGraw-Hill.
- United Nations. (2021). *Contrarrestar la desinformación | Naciones Unidas*.
<https://www.un.org/es/countering-disinformation>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Perry, W. G. (1970). Forms of intellectual and ethical growth in the college years: A scheme.
- Phillips, B. (2017). Student-Produced Podcasts in Language Learning - Exploring Student Perceptions of Podcast Activities. *IAFOR Journal Of Education*, 5(3), 157-171.
<https://people.fh-burgenland.at/server/api/core/bitstreams/2f4d8d07-8f34-4a26-8a38-74fa230b4a1d/content>

- Reuters Institute. (2021). *Resumen ejecutivo del DNR*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2021/dnr-resumen-ejecutivo>
- Rivera, R. E., Ezkauriatza, M., Martínez, A. D., & De Las Fuentes, M. (2014). Podcast sobre cálculo integral desarrollado por estudiantes: Una propuesta metodológica. En *Colección pedagogía Iberoamericana fortalecimiento educativo* (Vol. 19, pp. 105-111). redlpe.
- Rodríguez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. Doi: <https://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Rojas L. (2016) Ciudad de datos: un podcast de divulgación académica en Bogotá. *Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red. Cátedra UNESCO de comunicación*. https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/pdf/IV_13.pdf
- Salas, C. (2019). La primera fake news de la historia. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 411-431. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66268>.
- Sanz, R. y Carro, C. (2019). Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones. *Historia y comunicación social*, 24(2), 521-531. DOI: <https://doi.org/10.5209/hics.66296>
- Semanario Gatopardo*. (s. f.). Spotify. <https://open.spotify.com/show/6UDIQJWYD1q7zDnzljpc4Z>
- Serna Rodríguez, A. M. (2014). Prensa y sociedad en las décadas revolucionarias (1910-1940). *Secuencia*, (88), 109-149. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-03482014000100005
- Solano, I. M., y Sanchez, M. M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: El podcast educativo *Pixel-Bit*. *Revista de Medios y Educación*, (36), 125-139. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36815128010>
- Sued, G., y Rodriguez Kedikian, M. (2020). Noticias falsas en Facebook: narrativas, circulación y verificación. Los casos de Argentina y México. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(3), 1229-1242. <https://doi.org/10.5209/esmp.65136>
- Sullivan, J. L. (2019). The platforms of podcasting: Past and present. *Social media+ society*, 5(4), <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305119880002>
- Stelter, B. (2019, 6 febrero). Why Spotify is making a \$500 million bet on podcasting. *CNN*. <https://www.cnn.com/2019/02/06/media/spotify-gimlet-media-anchor-podcasting/index.html>

2022 *Strengthened Code of Practice on Disinformation*. (2022, 16 junio). Shaping Europe's digital future. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>

Taleb, N. N. (2012). *El cisne negro* (Revisado ed.). Paidós.

Zanotto, M., y Gaeta González, M. L. (2018). Epistemología personal y aprendizaje en la formación de investigadores. *Perfiles educativos*, 40(162), 160-176. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982018000400160&lng=es&tlng=es.

Capítulos del podcast (ANEXOS)

Capítulos para escuchar

<https://podcasters.spotify.com/pod/show/psicoblindaje>

Episodio 1

Preguntas guía:

Qué son las noticias falsas / ¿Pueden morir las noticias falsas?

Conceptos para tratar: Noticia falsa

Desinformación

posverdad

Venta inicial: Promesa

Duración: 60 segundos

¿Cuál es el problema que serán capaces de resolver una vez terminado de escuchar un episodio del podcast?

Escena narrada y ambientación de fondo.

Situación problema.

Todas las historias de noticias falsas asociadas a las redes sociales empiezan de la misma manera o muy parecido. Flashes en un juicio estadounidense [*Cámaras, bullicio de un estrado*], el personaje en el banquillo es el CEO de la empresa más grande dedicada a las redes sociales: Facebook, ahora meta.

-Las elecciones estadounidenses de 2016 lo cambiaron todo. Modificaron la perspectiva del mundo y confirmaron lo que incansablemente muchos advertían: lo que venden las redes sociales es nuestra información. Los datos personales recolectados, además, sirvieron para la creación de noticias falsas en beneficio de un candidato de dichas elecciones. Al siguiente año el diccionario en inglés Collins Oxford informó que su elección de palabra del año era *fake news*. Noticia falsa en español, término popularizado (irónicamente) por el expresidente Donald Trump. Y el concepto de apenas dos líneas reabrió un debate y avivó una lucha ancestral contra la desinformación.

Pero ¿Es esta definición suficiente? ¿Qué es una noticia falsa? ¿Podemos distinguir una fake new en el mar de información? ¿Es posible vencer a las noticias falsas?

Apertura / Intro

Duración: 60 segundos

De qué se trata la serie de podcast, por qué te tienes que quedar.

- Las noticias falsas son peligrosas, tienen un impacto en la vida cotidiana y en la toma de decisiones a distintos niveles. Todos somos vulnerables y habitamos un mundo digital que se mueve a velocidad de un clic exponencial que nos inunda de información. ¿Quisieras ser capaz de distinguir lo verdadero de lo falso? Aquí en Psicoblindaje nos hacemos muchas preguntas y con la ayuda de expertos investigadores de la UNAM, un equipo novatos entusiastas y nuestra producción exploramos los rincones de la desinformación, para encontrar las herramientas desde la psicología que te protegerán del mundo hostil que habita la red.

Hoy presentamos: Larga vida a las *fake news*

Desarrollo1:

Preguntar a la audiencia, llamar lugares comunes

[Ambientación de 1835, sonido de carruajes de caballos, gente caminando en una calle concurrida]

- Es martes 25 de agosto de 1835, vives en Nueva York, caminas rápido, esquivas un caballo, la calle es un lío. De reojo en tu carrera alcanzas a ver un poco del periódico que alguien lleva bajo el brazo. Te detienes en seco y volteas de nuevo, no lo puedes creer. Corres a comprar tu periódico y por un sólo centavo tienes en tus manos un ejemplar de *The Sun*. Lo lees y ahora lo confirmas. Con un poderoso telescopio por fin han descubierto que hay vida en la luna. Estás asombrado, pero parece tener mucho sentido. Los siguientes seis días compras el periódico para seguir la nota. Todo el mundo habla de eso.

The Sun, vende más periódicos que ningún otro gracias a sus modernas imprentas que abaratan costos. Y gracias a la máquina de vapor hay trenes y barcos que expanden la noticia por todo el mundo, la que para el autor Carlos Salas Abad, es la primera *fake new* del mundo contemporáneo.

[Fin de la ambientación de 1835]

La historia de las noticias falsas no termina en 1835, saltemos en el tiempo casi 80 años después. Durante la primera guerra mundial, en 1914 por primera vez los

estados utilizaron organismos de comunicación cuyo objetivo era convencer a la opinión pública de la necesidad de la guerra. Los aliados crearon campañas publicitarias donde se hablaba de las atrocidades que cometían los alemanes. Los británicos se encargaron de difundir historias atroces al momento de la ocupación belga. El mundo se horrorizó y cocinó un odio hacia los germanos. De tal magnitud, que, si acaso un periódico se atrevía a escribir con una prosa neutral, era acusado de germanista. (Barragán-Romero y Bellido-Pérez, 2019). Pero también existían defensores de los germanos quienes cocinaban un odio contra los aliados y que leían, por su puesto, otros periódicos que tampoco contaban la historia completa o los hechos tal como sucedieron o contaban hechos que nunca pudieron ser comprobados.

La historia de las noticias falsas es larga y llena de mágicos momentos donde la opinión pública reacciona ante titulares escandalosos y deliberadamente falsos y polémicos que buscan la atención máxima para un beneficio específico. El problema es que en la actualidad su naturaleza se ha vuelto más compleja. Tomando en cuenta los dos ejemplos anteriores, podemos ver que las noticias falsas estaban estrechamente vinculadas con el fenómeno culturales con mayor facilidad. Si antes la mentira se quedaba en un pueblo o una ciudad determinada, ahora podía atravesar océanos con los barcos de vapor y avanzar miles de kilómetros en trenes. La mejora de la imprenta también fue un factor importante.

Ahora, el internet ha cambiado por completo la forma en la que buscamos y compartimos información, también la manera en la que nos relacionamos afectivamente y las comunidades de las que nos sentimos parte. Tomando ventaja de todo esto, las *fake news* también se actualizaron. La era digital representa nuevos desafíos en múltiples niveles y ha renovado y propiciado nuevos fenómenos sociales.

Mediante una pregunta o una suposición cerrar con la sección

Las noticias falsas son un problema

¿Quiénes y cómo han contrarrestado los efectos negativos de ellas? Porque estamos diciendo que son un problema ¿No es cierto?

Anunciar objetivo del podcast

Para aclarar las preguntas que han ido surgiendo vamos a delimitar el episodio de hoy a entender qué es una noticia falsa y cuáles son los alcances del fenómeno.

Desarrollo2:

Entrevista con los expertos

El locutor se vuelve un par de la audiencia.

Y para ello nos fuimos a entrevistar a nuestros expertos investigadores. Ellos trabajan incansablemente para proteger nuestra realidad. Me gusta verlos como agentes secretos, héroes sin capa.

[Todos los audios pueden ser manipulados a consideración de edición.]

[Audio 1 Dr. Mario presentación]

[Audio 2 Dr. Mario ¿Qué es una noticia falsa?]

El Doctor Mario nos recuerda la participación del individuo en el acto de compartir una noticia falsa, pero antes de saltar al tema de la viralidad escuchemos a la Maestra Edith González Santiago, profesora investigadora de la UNAM en FES Iztacala, especialista en diseño didáctico para entornos en línea, clima social y en noticias falsas en redes sociales. Ella nos contesta lo siguiente:

[Audio 3 profesora Edith Qué es una noticia falsa]

Susana:

Tenemos una primera radiografía, la noticia falsa es aquella que ofrece información ficticia, fraudulenta, que relata un hecho de una forma convenenciera, porque la noticia falsa tiene clara intención de desinformar e influenciar la opinión pública. Se crean de forma deliberada para obtener un beneficio, ya sea político, económico o ideológico (Amos) Y se propagan por las redes sociales, de nodo en nodo hasta viralizarse.

La Maestra Mariana Cañizales Espinosa, Psicóloga por la UNAM y profesora de la misma institución quien además es co-autora del artículo “No creo que sea verdad”: Análisis de palabras y frases frecuentes en argumentaciones sobre noticias falsas” hace un recorrido por el fenómeno de las noticias falsas y sus clasificaciones.

[Audio 4 Maestra Mariana ¿Qué son las noticias falsas?]

De repente, nuestro término noticias falsas ha crecido un montón. Ese meme que compartimos, ese video graciosísimo, esa receta del licuado que cura el mal de amores que parecía inofensiva... Ese anuncio que nos hizo dar clic para enterarnos de todo el chisme... Podría ser parte de la desinformación. Despertar pasiones y juicios de cancelación.

Además, el término de noticia falsa está bajo el paraguas semántico de la posverdad. El término es reciente y ha sido adoptado en el diccionario de Oxford apenas en el 2016. (Castillo et al 2021) La posverdad defiende ideas y creencias con datos poco confiables. La emoción y las ideas sostenidas son la fuente principal del discurso. De tal manera que estar en desacuerdo con una posverdad no es invalidar el hecho, sino es ir en contra de emociones personales y sistemas de creencias que hacen antagónico a quien las niega (Gómez, 2019).

(Es el hermano millennial de la propaganda y la comunicación estratégica)

Pablo: Vamos a dejarlo hasta ahí con los chistes antes de que a algún sociólogo le de un paro.

¿Cuál es la diferencia entre noticia falsa y desinformación?

Carlos Rodríguez Pérez, profesor de comunicación social y periodismo en la universidad Complutense de Madrid, en su artículo “No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones” nos demuestra que quizás el término Noticia falsa se ha quedado muy corto para abarcar toda la gama de formas que toma la desinformación que nos llega y de alguna u otra forma termina influenciando en nuestra toma de decisiones.

[AUDIO 5 Profesora Edith Diferencia entre noticia falsa y desinformación]

[AUDIO 3 Dr. Mario]

A lo largo de estos episodios hablaremos de la noticia falsa y la desinformación casi de forma indistinta, pero tú recordarás que el conjunto de la desinformación es el que contiene a la noticia falsa y que la noticia falsa no termina en el fenómeno periodístico de una nota mal escrita y publicada por algún medio tradicional, sino que está ya entretrejada muy profundo en nuestros hábitos de consumo, de toma de decisiones y en la manera en la que nos relacionamos e identificamos con nuestros grupos de pertenencia en las redes sociales.

¡quémelo todo, cancelenlos a todos, porque traemos los argumentos cognitivos que los liberarán!

La Dra. Susana Xóchitl Bárcena Gaona, también profesora de la FES Iztacala de la UNAM, psicóloga e investigadora de temas sobre promoción de la salud en estudiantes de educación especial y padres de familia, nos dió también su respuesta al respecto de la definición de noticias falsas.

[Sonido de internet conectándose / Sonido de notificaciones llegando en cascada.]

Quien diría que la revolución digital y el acceso a internet que tienen un número cada vez más grande de personas no terminó con los problemas más viejos de la humanidad, pero sí los potenció. La información que antes era distribuida por medios formales (y no tan formales) ahora está al alcance de un “reenviar” o “compartir” o “rewitrear”...

Pablo: Ni menciones tiktok, porque no le sabes.

[Posible corte a consideración de edición]

Bueno, el problema se potenció con la viralidad de la desinformación. La forma en la que se mueven las fake news por las redes las ha hecho también un fenómeno digno de estudio para la teoría de juegos: una rama de la matemática que utiliza modelos para el estudio de estructuras de la toma de decisiones. Algunas cosas decidimos que sí queremos compartir y otras cosas decidimos que no. Clic, se fue un meme, clic, se fue una foto, clic, una reacción, clic una noticia falsa...

Y es que todos hemos leído o compartido una noticia falsa. Hemos tenido un contacto cercano con ellas y de alguna u otra forma nos han influenciado ¿Sabes cómo te han afectado? ¿Sabes por qué?

Seguro existe por ahí alguna decisión de este tipo que de alguna manera te afectó. Porque no somos una isla, estamos conectados a una red, a un montón de individuos que todo el tiempo toman decisiones. Decidimos qué comprar en el súper, qué medicamento tomar, si usamos cubrebocas, si nos ponemos la vacuna, cuál vacuna, si vamos a votar decidimos si la democracia existe, si la enfermedad existe...

[Segundo AUDIO de Profesora Susana (Quitar si excede el tiempo) audio 2

Sesgos psicología y creencias 01:54-2:50]

Desarrollo 3:

Análisis del problema inicial con el nuevo conocimiento

Cumplir la promesa

Debido al impacto de las noticias falsas en el terreno de lo político y la opinión pública, las líneas de investigación son principalmente en materia de las ciencias políticas y el periodismo. Ernesto Calvo y Natalia Aruguete en su libro “*Fake News, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*” publicado por Siglo XXI dan un énfasis en el peligro del papel de las redes sociales en la polarización, los discursos de odio y el impacto en las decisiones políticas. La amenaza no es menor, estos y otros autores como Marc Amorós y David Alandette, sugieren una lucha desde las prácticas del periodismo, pero también señalan la necesidad urgente de que los gobiernos exploren en el plano de lo legislativo una normatividad para el uso de nuestros datos e información en la red. Sin embargo, esto ha levantado otro debate acerca de la libertad de expresión y libre mercado. El terreno aquí no será fácil.

Aquí cabe señalar que, aunque este tipo de esfuerzos son necesarios. Dejan toda la responsabilidad en manos de expertos e instituciones, y posiciona al individuo como un sujeto desinteresado e indefenso que necesita una protección que él mismo no se puede dar. Es decir, que, aunque todos nosotros tanto tú como yo, seamos vulnerables a las noticias falsas, no tenemos las herramientas para defendernos de ellas y distinguirlas. Y es aquí cuando los psicólogos se preguntan el papel del sujeto en su propia toma de decisiones y la alfabetización mediática tiene lugar.

La alfabetización mediática es lo que Buckingham, un pedagogo experto en el tema, describe cómo el conocimiento que tiene una persona de los medios y herramientas que ocupa para informarse. Y abarca desde los medios tradicionales hasta el análisis de información en las redes sociales. Una formación pedagógica de lo que el usuario puede encontrar en internet. Algo así como clases de redes sociales y su funcionamiento.

¿Es esta la solución? ¿Nuevas materias en el colegio?

Conclusión:

Mensaje claro, invitar a escuchar el siguiente episodio.

[Resaltar la importancia con algún cambio de música tecno o épica]

El Dr. José Manuel Meza Cano, de la FES Iztacala, UNAM, en conjunto con investigadores muy curiosos e interesados por el tema, tienen una perspectiva diferente.

Tal vez lo que deberíamos estudiar desde la psicología son los procesos de la toma de decisiones en el análisis de la información. ¿Qué hace nuestra mente cuando lee una noticia falsa? ¿Por qué creemos lo que creemos? ¿Cómo están relacionados nuestros discursos con nuestros procesos mentales? ¿Cómo llamamos a los sesgos cognitivos? ¿En qué momento y de qué forma podemos desafiar nuestras creencias? y ¿Cuáles son las herramientas desde la psicología que nos ayudarán?

Este podcast es un recorrido guiado por todas esas mentes curiosas que en los últimos años no han dejado de hacerse preguntas y buscar respuestas.

Y es que las noticias falsas parecen no detenerse, se adaptan con el tiempo, evolucionan y utilizan los elementos de la modernidad para potenciarse. Los elementos de verificación que han nacido no se viralizan con la misma potencia con lo que lo hacen sus malignas contrapartes. Muerta en el interés público una *fake new*, nace otra más. Su creación y propagación no parecen estarse deteniendo. Los esfuerzos multidisciplinares son necesarios y la psicología tiene mucho que decir al respecto. Sesgos cognitivos, heurísticos y sistemas de creencias. Todo en el laberinto del misterio de la mente humana.

¿Cómo nos defendemos de las noticias falsas? ¿Podemos defendernos de ellas? ¿Alguien se está ocupando de ellas?

Acompáñanos en esta primera temporada de Psicoblindaje: Noticias falsas

Pablo: Ok, se queda.

Cierre:

Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar.

Psicoblindaje es un podcast de divulgación realizado con apoyo de los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas">

Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido relacionado, estamos en instagram, twitter, facebook y mastodon como @psicoblindaje

Guion: Susana

Correcciones: Pablo Abundiz

Edición y Producción: Ángel Luviano y Erandy Corona

Coordinador Editorial: Alejandro Juárez

Asesor, director y responsable de los proyectos de investigación: Dr. José Manuel Meza Cano

Agradecemos la participación en este episodio de los investigadores:

Mtra. Edith González Santiago

Mtra. Mariana Cañizales Espinosa

Dr. Mario Ernesto Morales Ruiz

Dra. Susana Xóchitl Bárcena Gaona

Episodio 2

Preguntas guía:

¿Quién es vulnerable a las noticias falsas? ¿Qué aporta la psicología en el estudio de las noticias falsas y por qué es necesaria?

Conceptos para tratar:

Etapas de la noticia falsa

procesos cognitivos

Correlación y causalidad.

Venta inicial: Promesa

Duración: 60 segundos

¿Cuál es el problema que serán capaces de resolver una vez terminado de escuchar un episodio del podcast?

Escena narrada y ambientación de fondo.

Situación problema.

Llevo más o menos 2 años estudiando el fenómeno de las noticias falsas. Un día me paré en un seminario. Estuve escuchando todo el tiempo opiniones diversas, interesantes y de varias disciplinas. Todas esas voces abordaban a las noticias falsas desde distintas

perspectivas. Lo que decían se enganchara con preguntas que yo tenía, aunque no las había verbalizado. Mi pregunta sonaba algo así ¿Qué rayos pasa con la gente en internet? Y se juntaba con esta otra ¿Por qué rayos no podemos pasar una fiesta familiar sin que alguien se pelee por política?

¿Demasiado personal? ¿Te has hecho las mismas preguntas? Quédate, se pone interesante. Te lo prometo.

Estoy leyendo el periódico (en una aplicación, claro. Como la milenial que soy) y me encuentro con una noticia que tenía información que yo consideraba completamente verdadera. Y no lo era, había caído... Hace muchos años... en una noticia falsa. La había sumado a mi sistema de creencias y no había vuelto a cuestionarme nada al respecto. Pero esta información tiene tanta polémica envuelta que si te la cuento ahora mismo probablemente alguien se empezaría a pelear en internet. Y eso es algo que no queremos ¿O sí queremos?

Pablo: Sí queremos.

Susana: ¿Qué nos hace falta para entender el estudio de las noticias falsas y su relación con el funcionamiento de nuestra mente?

-Pues dale, pon el intro.

Apertura / Intro

Duración: 60 segundos

De qué se trata la serie de podcast, por qué te tienes que quedar.

- Las noticias falsas son peligrosas, tienen un impacto en la vida cotidiana y en la toma de decisiones a distintos niveles. Todos somos vulnerables y habitamos un mundo digital que se mueve a velocidad de un clic exponencial que nos inunda de información. ¿Quisieras saber distinguir lo verdadero de lo falso? Aquí en Psicoblindaje nos hacemos muchas preguntas y con la ayuda de expertos investigadores de la UNAM, un equipo novatos entusiastas y nuestra producción exploramos los rincones de la desinformación, para encontrar las herramientas desde la psicología que te protegerán del mundo hostil que habita la red.

Hoy presentamos: The big picture

Desarrollo1:

Preguntar a la audiencia, llamar lugares comunes

Hoy te quiero convencer o reafirmar que todos somos vulnerables a las noticias falsas. Aun cuando seas un experto verificador de información. Excepto los expertos de la UNAM que aquí consultamos, ellos no caen en ningún truco... Bueno, a lo mejor en uno chiquito. Quizá nos confiesen su kriptonita el día de hoy. Yo no me dejo de asombrar, creo que tienen superpoderes a base de café y pdf's. Yo he sabido de algunos que nunca pierden el metro y teclean a la velocidad de la luz.

[Poner audios de quienes nos acompañan en entrevistas]

Una de las formas en las que se divide el fenómeno de las noticias falsas para su investigación es visualizar tres momentos: la producción, la circulación y el consumo.

En el episodio pasado, definimos a la noticia falsa como parte del paraguas semántico de la posverdad y más importante como parte del concepto de desinformación. Abarcamos un poco el primer momento. La producción. Existen intereses diversos al momento de la creación de una noticia falsa. La cuál se construye deliberadamente para servir un propósito a veces maligno (económico, político o de entretenimiento).

El segundo momento es la circulación de esa noticia falsa. Se ha hecho siempre, desde tiempos ancestrales. Pero ahora el internet, los algoritmos y las burbujas mediáticas volvieron a esta circulación un problema viral. Difícilmente se puede rastrear su origen (De retwiteo, en retwiteo al infinito) y difícilmente se puede detener porque la masa de gente en la que circula no siempre puede hacerlo, porque no la reconoce como falsa... O no siempre quiere hacerlo... **[Música de suspenso]**

El segundo momento (la circulación), en realidad implica al tercer momento, el consumo. ¿Cómo nos imaginamos al consumidor de noticias falsas?

¿Tenemos un estereotipo? Quizás vislumbramos a una persona mayor, con pocas habilidades informáticas... afín a determinado partido político... O nos estamos imaginando un teórico de la conspiración de la tierra plana, algo escéptico de las vacunas...

No, por supuesto que no. Porque aquí somos buenas personas y sabemos que esto es más complejo ¡Muy bien, alumnos universitarios! Espera... ¿No es otro estereotipo pensar que a más estudios menos probabilidad tenemos de caer en las noticias falsas? ¿Hay alguna manera de correlacionar estas dos áreas? ¿Y qué significa una correlación estadística?

Investigar es complicado y retador. Pero antes de tomar el tema de los investigadores regresemos a los periodistas. Desde la comunicación y el periodismo hay un énfasis en la necesidad de hacer buen periodismo y contar con servicios y habilidades de verificación.

Aquí entran las ciencias políticas. Porque todo es político, pero se vuelve urgente cuando todo pasa tan rápido que mientras adolescentes europeos se llenaban los bolsillos con las noticias falsas que creaban en torno a las elecciones estadounidenses de 2016 y apoyando indirectamente a Donald Trump, al otro lado del charco miraban con incredulidad a su presidente naranja.

Y dijeron (muchas personas importantes) “las noticias con corte político dan muchos problemas” entonces llegó una pandemia que nos encerró a todos. Y el exceso de googleo incrementó tanto nuestra ansiedad por saber cómo podemos cuidarnos de la amenaza que el estudio se expandió y podemos tener nuestra primera aproximación al estado de las cosas.

Tal vez no es sólo la política, o la salud. En tiempos de conflicto abundan las noticias falsas, nos comportamos ligeramente diferente ante lo desconocido... Y esto tal vez tiene que ver directamente con la incertidumbre.

La incertidumbre es la falta de certeza, no hay seguridad sobre lo que va a suceder y puede estar relacionada a nuestra falta de control sobre los hechos. Es un estímulo que nuestra mente busca evitar... Y entonces, busca formas de salir de ese estado de duda.

Los periodistas no pueden hacer que la noticia no genere incertidumbre en la gente. No pueden hacer que no salten a las conclusiones, no pueden hacer que no interpreten el significado. Los periodistas no pueden hacer que mi familia no se pelee en la cena de navidad.

Hay algo interesante que se dice respecto al periodismo. ¿Has escuchado que está en una crisis? [\[AUDIO Periodismo y crisis: El año que informamos peligrosamente | Luis](#)

[Miguel Belda | TEDxMondonedo 1:09-1:18](#)] El auge del internet cambió la forma en la que los medios que llamamos "tradicionales" se ganan los pesitos: los han metido en una crisis financiera. Pero no sólo es por el dinero, dinero, cochino dinero. [[Rap fail - rap del dinero](#)]

Según el digital News report (2021) El periodismo mexicano enfrenta una pérdida de credibilidad en los medios de comunicación que llamamos tradicionales. Derivado de otro fenómeno que convive mucho con las noticias falsas: la polarización, y el aumento de la penetración del internet en la sociedad mexicana (65% de la población, según estas estadísticas cuenta con acceso a internet). Lo cierto es que los medios tradicionales pierden fuerza en un área, pero...

Tal vez sólo se transforman de cómo los conocemos: la televisión, la radio y el periódico impreso están cambiando de cara. Están abriendo sus perfiles en Facebook, subiendo historias a Instagram, publicando en Twitter... es ahí donde las noticias son consumidas, si das clic y te llevan a portales donde está la información y los anuncios que pagan esa información... Y tú diste clic porque el titular sonaba interesante. Pero ¿Cuál es la diferencia con el *clickbait*?

Por cierto ¿Ya visitaste nuestras redes sociales? búscanos como "Psicoblindaje"

Los periodistas nos dicen que la diferencia radica en que aseguran que la información ahí puesta siguió un proceso de verificación de fuentes y en dado caso que sea falsa es por algún error. El medio tiene el deber de sacar una nota que lo aclare.

Y esto te lo puede confirmar la prestigiosa revista alemana Der Spiegel quien en 2018 descubrió que uno de sus periodistas estrella cuyos reportajes eran ganadores de premios del periodismo prestigioso. Estaban llenos de mentiras, robo y mentiras de nuevo... Este reportero inventó al menos 14 reportajes llenos de emociones conmovedoras porque sabía que eso era lo que causaba más impacto. Jugó con los sentimientos de la gente, con el prestigio de quien lo publicaba, pero no logró convencer al reportero que lo desenmascaró.

Los medios de comunicación no están ganando dinero sólo con la publicidad que presentan. Tienen gente que invierte en ellos porque su negocio es la influencia. Lo que nos hacen pensar, de lo que nos hacen hablar.

Influenciar la agenda pública es un tema de los politólogos, pero los psicólogos vamos a concentrarnos en algo igual de interesante, yo creo que incluso un precursor de este fenómeno.

Te voy a empezar a contar cómo entramos los psicólogos en el estudio de este fenómeno.

Entonces, desde que mencionamos que unos medios son más prestigiosos que otros o más confiables que otros, señalamos uno de los problemas que enfrenta el periodismo en la lucha contra las noticias falsas. Un problema de financiamiento y de credibilidad. El digital news report tiene una lista de marcas de medios de comunicación tradicionales ordenadas por grado de confiabilidad. Esto implícitamente nos dice que la gente sí selecciona el contenido que consume conscientemente. Como nota: recuerda que estos medios tradicionales se trasladaron ya al internet.

En conclusión: La gran mayoría de la gente está consumiendo información creada por periodistas.

Pero esto no acaba aquí, los periodistas, sociólogos y politólogos lo saben. No basta con hacer buen periodismo y abrir páginas de verificación. Entre el momento del consumo y el momento de la verificación... Hay una persona.

[SONIDO DE VITOREO] ¡Damas y caballeros! ¡Pueden pasar los psicólogos!

Aquí va el datazo de Psicoblindaje: La información que se recibe no cae en una caja vacía, no se recibe tal cuál es expresada. Hay procesos cognitivos involucrados.

Para procesar información es necesaria la cognición, que se encarga de asociar los estímulos que vienen de afuera y les da un significado. Y hay muchos, repito, muchos procesos cognitivos involucrados en el procesamiento de información: la memoria, la atención, las emociones, la percepción, el lenguaje. Son las operaciones mentales que utilizamos para darle un sentido a este loco mundo.

Anunciar objetivo del podcast

Hemos hecho un recorrido por lo que sabemos hasta ahora de las noticias falsas y de los medios de comunicación para entrar en contexto y buscar qué nos hace vulnerables a las noticias falsas. Además, estamos buscando cómo se relaciona la psicología con el estudio

de las noticias falsas.

Mediante una pregunta o una suposición cerrar con la sección

Muchas de las disciplinas interesadas en las noticias falsas navegan en torno a una pregunta similar ¿Qué actividades o hechos hacen que las personas caigan o no en noticias falsas?

Desarrollo 2:

Entrevista con los expertos

El locutor se vuelve un par de la audiencia.

Aquí tenemos unas interesantes conclusiones de distintos artículos de investigación que juntamos para intentar contestar nuestras preguntas:

Montero Liberona y Halpern (2019)

[Aplausos]

En un análisis descriptivo. Ellos encontraron que los usuarios quienes mayor atención le prestan a las noticias sobre la salud son más propensos a caer en noticias falsas sobre la salud y que cuanto menor confianza se tuviera en los medios tradicionales, mayor era la acción de compartir noticias falsas. Pero lo que resultó muy interesante es que también dependía de quién les compartiera la información.

Galarza Molina también apoya que quienes consumen información a través de periódicos (impresos o en línea) son a su vez menos propensos a caer en noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19.

Pablo: ¿Te estás creyendo mucho por tu suscripción a cierto periódico cuya marca no vamos a mencionar? ¿No vas a decir nada de la correlación y la causalidad?

Bueno, deja que rompamos nuestra burbuja de creer entender, es importante. Porque esto no explica nada por sí solo y es la punta del iceberg... Mi suscripción a un periódico no me salva de las noticias falsas. Porque cuando lo leo, interactúo con la información tomando en cuenta quién soy, dónde crecí, qué estudié, mis intereses, mis creencias, mis fortalezas y mis debilidades. Y todas ellas son distintas de una persona a otra. Lo que significa para mí una noticia no es lo mismo que significa para otro. Aunque estemos

leyendo el mismo periódico. Es cierto que el asunto es más complejo. Tanto que tuvimos que ir a preguntarles a nuestros expertos.

Presentación breve

[Agregar presentación de la profesora Edith]

Maestra Edith González Santiago, profesora investigadora de la UNAM en FES Iztacala, especialista en diseño didáctico para entornos en línea, clima social y en noticias falsas en redes sociales

Para arrancar empezaré con la pregunta fuerte **¿Quiénes y por qué caemos en noticias falsas?**

[1 insertar audio de profesora Edith respondiendo esta pregunta, del AUDIO 1 Seleccionar la respuesta y lo que mejor funcione de 17:09-21:20]

[2 Insertar presentación del Profesor Alex Meza, a partir del minuto 16:19 - 16:39 del AUDIO 2]

[3 Insertar Audio profesor Alex 17:13-17:54]

[4 Insertar audio de la profesora Edith ¿Cómo interpretan los investigadores las correlaciones? 26:44-30:57]

¿Por qué hay psicólogos en el estudio de las noticias falsas?

[5 Insertar Audio profesor Alex 18:51-22:33]

Yo les tengo muchas preguntas acerca de cómo se han aproximado al estudio de las noticias falsas. Hay cosas que me son difíciles de explicar y a veces de entender, por ejemplo. La correlación que surge en las investigaciones. Las leemos mucho tanto en artículos de investigación como en artículos de divulgación. La más loca que he leído en un *clickbait* es una que decía “Eres inteligente si no te cae bien mucha gente, según estudio” y dije “menos mal, pensé que sólo era arrogante y socialmente inepta”

<https://www.revistagq.com/cuidados/articulo/como-saber-si-eres-inteligente-no-te-cae-bien-la-gente>

Pero con los estudios que acabo de leer bien podría publicar “si te suscribes a un periódico eres menos propenso a caer en noticias falsas” ¿Esto funciona así?

¿Qué nos dicen las conclusiones de las investigaciones sobre las noticias falsas?

Lo que sucede con este tipo de conclusiones es que nos pueden orillar a acciones que se queden en la responsabilidad individual... Buckingham, un pedagogo experto en la alfabetización mediática, enciende las alarmas al respecto. Para entender el mundo, cada noticia, nos hace falta información que la conecte. Temas de microbiología, sociología, geopolítica, economía, política, derecho, psicología... Todas, información especial para cada noticia que amenace nuestra percepción del mundo ¿Nos podemos hacer expertos en todas ellas? ¿culpamos y señalamos a quien no es experto en el tema de moda?

Frente a este mundo con una lluvia de información que altera las percepciones de la realidad y que satura nuestros sentidos. Nuestra primera defensa son nuestras operaciones mentales para interpretar la información de las noticias falsas. ¿cuáles son? ¿cómo funcionan?

Conclusión:

Mensaje claro, invitar a escuchar el siguiente episodio.

The big picture es una expresión que coloquialmente se usa en una situación donde hace falta alejarse para entender el significado de un evento o una acción. El fenómeno de las noticias falsas no está aislado. Se conecta con otros fenómenos sociales como la polarización y el impacto que la tecnología tiene en nuestro día a día. Nuestra primera defensa frente a la información son nuestras operaciones mentales, la cognición.

Los datos por sí solos no nos crean una idea. Cuando la nueva información se encuentra con la anterior existen asociaciones que nos llevan a un pensamiento. Entender cómo todo esto sucede añade información a las grandes preguntas ¿Qué debo creer? ¿Qué hago con esta información? ¿Por qué quiero creer lo que estoy leyendo?

Mientras vamos aprendiendo cómo funciona nuestro cerebro más herramientas tenemos para enfrentar la lluvia de información, la incertidumbre... Esa es la apuesta de este podcast.

A veces me pregunto ¿Mis sesgos cognitivos no me están llevando a una conclusión errónea?

Pablo: No dijiste nada de los sesgos cognitivos.

Bueno, eso es problema de Susana del futuro. Nos vemos en el siguiente episodio de Psicoblindaje.

Cierre:

Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar.

Psicoblindaje es un podcast de divulgación realizado con apoyo de los proyectos PAPIIT <IA302121> “Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales” y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas">

Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido relacionado, estamos en instagram, twitter, facebook y mastodon como @psicoblindaje

Guion: Susana

Correcciones: Pablo Abundiz

Edición y Producción: Ángel Luviano y Erandy Corona

Coordinador Editorial: Alejandro Juárez

Asesor, director y responsable de los proyectos de investigación: Dr. José Manuel Meza Cano

Agradecemos la participación en este episodio de los investigadores:

Mtra. Edith González Santiago y Profesor Alejandro Meza

Episodio 3

Preguntas guía:

¿Qué son los heurísticos?

¿Qué son los sesgos cognitivos?

Conceptos para tratar:

Heurísticos

Sesgos cognitivos

Sistema de pensamiento dual

Sistema 1

Sistema 2

Venta inicial: Promesa

Te voy a ser sincera, lo que te estoy poniendo aquí es una trampa. He fabricado una trampa para tí y para mí. Caeremos en el agujero del conejo y lo que va a pasar es que nos vamos a dar cuenta de que, como seres humanos racionales, no siempre somos tan racionales. Ya lo anunciaba en 1877 el filósofo Charles S. Pierce en su ensayo “La Fijación de la creencia” la cita dice así: “Hay pocas personas que se preocupen de estudiar lógica, porque todo el mundo se considera lo suficientemente experto ya en el arte de razonar” En otras palabras, el autor nos dice que, como humanidad, nos creemos mucho por ser seres que razonan, aunque no sabemos exactamente cómo funciona ese razonamiento o si efectivamente lo hacemos bien.

Aprenderemos hoy que nuestra mente comete errores y entenderemos por qué y cómo cometemos errores de manera sistemática. Esos errores de los que hablaremos hoy se llaman sesgos cognitivos. Pero te adelanto, aunque los vamos a conocer es imposible que los dejes de cometer.

Duración: 60 segundos

¿Cuál es el problema que serán capaces de resolver una vez terminado de escuchar un episodio del podcast?

Conoceremos cómo nos engaña nuestra mente y por qué estamos bien con eso... Hasta que ya no estamos bien... ¿Enredado? Ven, te lo hago fácil.

[Escena narrada y ambientación de fondo]

Situación problema.

Apertura / Intro

Duración: 60 segundos

De qué se trata la serie de podcast, porqué te tienes que quedar.

- Las noticias falsas son peligrosas, tienen un impacto en la vida cotidiana y en la toma de decisiones a distintos niveles. Todos somos vulnerables y habitamos un mundo digital que se mueve a velocidad de un clic exponencial que nos inunda de información. ¿Quisieras ser capaz de distinguir lo verdadero de lo falso? Aquí, en Psicoblindaje, nos hacemos muchas preguntas y con la ayuda de expertos investigadores de la UNAM, un equipo de novatos entusiastas y nuestra

producción exploramos los rincones de la desinformación, para encontrar las herramientas desde la psicología que te protegerán del mundo hostil que habita la red.

Hoy presentamos: Sesgos cognitivos y heurísticos primera parte: Atajos mentales

Sesgos cognitivos segunda parte: Errar es humano

Desarrollo 1:

Preguntar a la audiencia, llamar lugares comunes

Helena Matute Greño lo explica de una manera fenomenal en su libro “Nuestra mente nos engaña”. Imaginemos que somos cavernícolas. Vivimos en cavernas, cazamos y recolectamos frutos y cosas que creemos se pueden comer. Hay peligros en todas partes, pero estamos tranquilos recolectando bayas en el bosque. Somos un grupo numeroso y hoy tenemos el objetivo de levantar tanto alimento como podamos cargar. De repente... alguien nota un movimiento en un arbusto y se pone alerta. Otro más cerca de él nota el mismo movimiento y se echa a correr. Al verlo correr alguien más lo sigue y de un momento a otro nos dividimos en dos grupos, los que corremos lejos de lo desconocido y los que se quedan a averiguar lo que es.

Efectivamente, un animal salvaje brinca para atacarlos.

En cuánto escuchaste el movimiento del arbusto, imaginaste que había un peligro: un animal salvaje que ponía en peligro tu vida y decidiste correr, lo que te salvó de morir. Inventarte una historia antes de que sucediera te hizo reaccionar rápidamente.

Lo primero que tenían que hacer esos cavernícolas que fuimos era sobrevivir un día más. De otro modo no podían asegurar descendencia y llevar a la humanidad hasta nuestros días.

Tomamos una decisión rápida a partir de información insuficiente y eso nos permitió salvar la vida. Este mecanismo que lleva como piezas clave la intuición y flexibilidad es el que nos permitió adaptarnos al mundo cambiante que nos amenazaba.

Nuestros sentidos, lo que percibimos a través de ellos y los recursos cognitivos que tenemos, son limitados. La cantidad de operaciones mentales que puedo hacer al mismo tiempo y la velocidad con la que se llevan a cabo no siempre son suficientes.

Imagina que estás frente a un peligro inminente y en lugar de correr te pusieras a pensar detenidamente en todas tus alternativas. Sufrir una parálisis por análisis y no contarlos.

No te preocupes, para poder lidiar con las limitaciones de los recursos cognitivos estamos

listos para tomar atajos mentales, es decir estrategias heurísticas. Estos heurísticos son de lo más eficientes, nos proporcionan soluciones rápidas con un desgaste cognitivo mínimo.

Algo que seguramente has escuchado es que nuestro cerebro es maravilloso y hace muchas operaciones simultáneas. Pero también está en la búsqueda de ahorrarse esfuerzos. (El Principio de la economía cognitiva)

En la conferencia: Procesamiento dual de la información. El papel de los sesgos cognitivos del Dr. Santiago Palacios Navarro y la Dra Blanca Olalde; investigadores de la Universidad del País Vasco, España. Se habló de la limitación de la racionalidad.

El Dr Santiago Palacios dice que para analizar la información tenemos que tener en cuenta que nuestra mente tiene límites: un límite de atención (¿Todavía sigues mi voz en este podcast?), una valoración imperfecta de las consecuencias futuras (¿Irá a llover mañana?), un límite de memoria de trabajo, un límite de información y capital cultural que delimita nuestro entorno.

Creamos atajos en nuestra mente para ahorrarnos tiempo, energía y garantizar una respuesta. Sin embargo, no siempre las respuestas que obtenemos bajo estos mecanismos son respuestas correctas. La información incompleta, sumada a las emociones y las motivaciones, nos pueden llevar a juicios inexactos y conclusiones ilógicas: Los sesgos cognitivos (Kahneman, 2011).

¿Cómo son y qué desencadena los sesgos cognitivos? todavía nos falta un poco para esa pregunta.

Ahora que hemos platicado un poco al respecto, pongamos un ejemplo que te ayude a aceptar la idea de que no siempre somos racionales.

Entro a la oficina de mi jefe a preguntar algo, evalúo rápidamente su estado de ánimo, su postura y disposición y sé si es o no una buena idea pedir que apruebe mis vacaciones. Diré que me dio la corazonada de que era un buen momento o no, pero en mí se accionaron los heurísticos (atajos mentales) para entender mi entorno, y adaptarme a él de la manera más rápida posible.

Pablo: Alguien pidió sus vacaciones para grabar un podcast...

Y aquí estamos, para poder seguir profundizando en el tema es necesario que abordemos una de las teorías del procesamiento de la información. Específicamente las teorías del procesamiento dual.

Hasta antes de 1970 era algo muy aceptado entre los científicos que la racionalidad humana sólo era interrumpida por los arrebatos emocionales. Los errores en el

pensamiento eran explicados con base en el miedo, el amor o el odio. No culpo a estos científicos, voy a decir que los errores más grandes de mi vida fueron en nombre del amor... Pero la idea de que el ser humano era racional a menos de que se atravesara un arrebatado de pasión no terminaba de explicar todo.

Amos Tversky y Daniel Kahneman llegaron a desafiar esta idea, buscando la causa de los errores en el diseño de la maquinaria de la cognición más que en la alteración del pensamiento por la emoción (Kahneman, 2011 p. 20)

En la teoría del procesamiento de información propuesta por Kahneman y Tversky existen dos sistemas que nos ayudan a pilotar nuestro ser por el mundo.

En el libro "Pensar rápido, pensar despacio" Kahneman desarrolla las ideas de la teoría del procesamiento dual. El sistema 1 se encarga del razonamiento heurístico, es autónomo y está siempre activo. Es rápido, se activa de forma automática, requiere de menor esfuerzo debido a que ocupa pocos recursos de atención. Este sistema genera primeras impresiones, detecta automáticamente lo que cree son causas e intenciones. Está listo para saltar a conclusiones y salvarnos de la duda (Porque a nosotros no nos gusta la cosquilla de la incertidumbre). Inventa rápidamente historias según los contextos con las asociaciones que tiene a mano.

$7 \times 5 = 35$ $6 \times 8 = 48$ $10 + 4 = 14$

Ahora mismo estás experimentando el sistema 1. Tienes rápido acceso a estas respuestas de operaciones matemáticas. Si fueras por la calle y escuchas una bocina de auto, sabrías orientarte para descubrir la fuente del sonido y quitarte si te están pitando a ti. Si ves a alguien conocido sonreír estarías listo para sonreír también, si ves una imagen desagradable, cambiaría tu expresión automáticamente y todo eso sería en la guardia del sistema 1. El sistema 1 realiza una rápida interpretación de nuestro entorno para darnos una historia coherente de lo que sucede.

Mientras tanto el sistema 2 está listo para ser llamado en caso necesario y a su vez está trabajando para observar y controlar los pensamientos y acciones del sistema 1, como un auditor se encarga del autocontrol. Es la maquinaria pesada de los recursos cognitivos. Hace más operaciones y requiere más energía y recursos.

Y no sólo uso aquí la palabra "energía" como una metáfora. El sistema 2 demanda más glucosa en comparación con las actividades del sistema 1. Algunos ejemplos de situaciones donde el sistema 2 se activa son los siguientes:

Resolver la operación $225 \times 43 =$ Estacionarte en paralelo en un lugar estrecho. La elección entre varias opciones... ¿Qué preferirías volar o ser invisible? ¿Por qué?

El sistema 2 es capaz de comprobar un sistema lógico complejo, considera múltiples variables en la toma de decisiones y reflexiona la mejor. Además, es capaz de un razonamiento estadístico. Es consciente de la incertidumbre y se vuelve autocrítico. Es abstracto, controlado y depende del nivel de nuestras habilidades cognitivas.

Existen varias teorías acerca del funcionamiento y la interacción de estos dos sistemas. Kahneman se inclina por un modelo en paralelo donde los dos sistemas están siempre activos. El sistema 1 actúa de manera automática mientras el sistema 2 es un observador en segundo plano aprobando o rechazando las sugerencias del sistema 1. Si cuentan con la aprobación del sistema 2 los impulsos se convierten en acciones voluntarias. Creemos en nuestras primeras impresiones y satisfacemos nuestros deseos. Cuando el sistema 1 se encuentra en conflicto llama al sistema 2 para que tome el mando.

¿Cómo se estudia la interacción y la acción de estos dos sistemas?

Bueno, para el estudio de la mente podrías estar pensando en dos vías de investigación. La primera tiene que ver con la ola de las neurociencias. Ver en una máquina de resonancia las áreas que se iluminan cuando realizamos determinadas acciones. Pero... Este es un podcast, difícilmente podremos tener acceso a algo así para que experimentemos el sistema 1 y el sistema 2.

Analicemos entonces en función de conductas y cogniciones. Para nuestros propósitos este nivel de análisis nos viene maravilloso. Ahora, vamos a la trampa para equivocarnos.

Contesta rápido el siguiente problema:

Un bate y una pelota juntos cuestan 1.10 dólares

El bate cuesta un dólar más que la pelota

¿Cuánto cuesta la pelota?

¿Has dicho que cuesta 0.10 dólares o 10 centavos? Vamos a pensarlo mejor. Espero me puedas seguir, toma lápiz y papel, te espero aquí, puedes ponerle pausa. Si vas manejando no importa, acá te lo explico, no dejes de ver el camino con tu sistema 1

¿Listo? ¡Muy bien!

$$x + y = 1.10$$

Si X es igual a la pelota "y" es el bat, pero y la podemos expresar en función de la pelota, el bat cuesta un dólar más que la pelota, por lo tanto y es igual a x +1

$$x+(x+1)=1.10$$

Lo que me queda es que $2x + 1 = 1.10$ el más uno pasa restando y nos queda 1.10 y el dos divide a .10, por lo que la pelota cuesta en realidad 0.05 dólares.

Yo sé que te perdí... Pero haz un pacto conmigo y créeme que este cálculo algebraico es correcto o resuélvelo con calma en cuanto puedas. Es contra intuitivo, pone en conflicto a nuestros sistemas y depende de la familiaridad que tengamos con el tipo de problema y nuestro conocimiento previo para resolverlo.

Aquí hay otro:

Si a 5 máquinas les cuesta 5 minutos hacer 5 reproductores ¿Cuánto tiempo tardarán 100 máquinas en hacer 100 reproductores?

tic tac

La respuesta es de 5 minutos. Mi mente quiere responder en automático 100, pero mi sistema dos ahora sabe que se le está exigiendo un esfuerzo y analiza la pregunta con detenimiento.

Estas preguntas son parte de un test que mide la reflexión cognitiva. El CRT (Test de reflexión cognitiva)

¿A dónde nos lleva todo esto? ¿A que los reyes del sistema dos son los matemáticos?

[Risas]

Bueno, no... El test recibió críticas por su inclinación matemática y a lo largo del tiempo ha tenido adaptaciones que solucionan estas brechas. Y con respecto a los matemáticos, el propio Kahneman indagó sobre el pensamiento estadístico en expertos y encontró que cometen los mismos errores de los mortales como tú y como yo.

Pero siguiendo con nuestra historia para entender los atajos mentales. Tversky y Kahneman se preguntaron si las nociones de la probabilidad y estadística erradicaban los errores y realizaron el siguiente experimento:

Juan H. tiene una inteligencia superior, aunque carece de auténtica creatividad. Tiene necesidad de orden y claridad, y prefiere los sistemas ordenados y bien pensados en los que cada detalle tenga su lugar apropiado. Su redacción es más bien plana, fea y mecánica. No le puedes pedir que escriba un poema, pero le encantan los cómics y la ciencia ficción. Es muy competitivo y un tanto individualista. Es introvertido y no se interesa por establecer relaciones con nuevas personas, es de pequeños círculos. Centrado en sí mismo, juega videojuegos hasta tarde y no sale mucho de casa.

¿Cuál de las siguientes carreras crees que estudia Juan en la UNAM?

Medicina

Derecho

Ingeniería en sistemas

Economía

https://tendencias.cieq.unam.mx/brecha_estudiantil.html

¿Has contestado otra que no sea derecho? La población de hombres que estudian derecho es superior a todas las demás. La probabilidad de que Juan estudie derecho y no cualquier otra de las carreras mencionadas, es superior. Pero nos vamos con la historia y el estereotipo que construimos de José. Nos inventamos una imagen y basados en esa historia lo hicimos encajar. Tal vez pensaste en un conocido que se parece a Juan... Buscaste información, pero no información estadística. O al menos... eso hicimos la mayoría. Utilizamos el heurístico de representatividad. ¿A qué se parece Juan? ¿Qué representa?

Mediante una pregunta o una suposición cerrar con la sección

Y todo esto del procesamiento dual de la información ¿Cómo se relaciona con las noticias falsas?

Anunciar el objetivo del podcast

Ahora que tenemos un marco teórico del que partir podemos indagar en la relación de los sesgos cognitivos y nuestro análisis de información incluidas las noticias falsas.

Desarrollo 2:

¿Sabías que nuestro cerebro puede procesar hasta 16 bits por segundo? Si lo comparamos con una computadora, nuestro cerebro es condenadamente superior todavía.

¿Creíste el dato anterior? Si te detuviste en seco ¡Felicidades, estás dispuesto a dudar de la información que recibes! El enunciado de los bits me lo acabo de inventar completamente. No te sientas mal si lo creíste, tal vez es porque te caigo bien. Nuestra mente está dispuesta a creer, es más fácil creer que dudar. Y nuestro cerebro quiere ahorrar energía. Ahora lo sabes, trabajamos bajo el principio de economía cognitiva.

Si alguien escucha esta información... de alguien que le cae mal... entonces tal vez estaría preparado para refutar la oración y comenzaría una pelea salvaje en redes sociales.

Si te gusta el tema de la mente y sus habilidades, tal vez estés más abierto a creer en la información que di antes si la lees en una publicación de internet. Se llama sesgo de confirmación. Mi sistema 1 rápidamente recibe la nueva información e intenta ubicarla en algo que encaje con nuestras ideas o creencias. Este efecto puede aumentar si viene de alguien en quien confiamos, como nos explicaba el profesor Alejandro Meza. Si esa

persona en quien confiamos nos comparte alguna información, estamos más dispuestos a creerla **[Canción de Grupo Límite de “Te aprovechas, porque sabes que te quiero”]** ¿Cómo consumimos la información en internet? La mayoría de nosotros sólo lee los encabezados. Ahí se acciona rápidamente el sistema 1 y decide si la vamos a abrir o no. Esto puede tener relación con lo que Sanz y Carro (2019) llaman razonamiento motivado. Esta teoría sostiene que nuestras motivaciones influyen en la forma en la que interpretamos la información que recibimos para hacerla encajar con nuestras creencias, opiniones o gustos. Es un análisis emocional e involucra a la posverdad. Estaré más dispuesto a accionar mi sistema 2 y argumentar a favor o en contra según sean mis inclinaciones.

Por ejemplo: Si te digo que el fenómeno del Kpop no tiene comparación ni precedentes. O si te digo lo contrario, que el fenómeno del Kpop no tiene ningún mérito musical... Si fuéramos un podcast famoso sería maravilloso ver las argumentaciones de los fans y anti fans en acción.

[Sonido de grillos]

Pablo: Bueno, las armys no van a venir a subir el rating. Continúa.

Penycook y Rand en el 2018 realizaron un experimento donde expusieron a un grupo de personas a una selección de noticias falsas y reales. Aunado a esto, hicieron que las personas contestaran el instrumento CRT de reflexión cognitiva y correlacionaron los resultados. Lo que observaron fue que las personas que puntuaron alto en el CRT eran más capaces de diferenciar las noticias falsas de las reales, independientemente de sus inclinaciones políticas. Mientras que las personas con menos puntaje eran menos propensas a desafiar sus intuiciones y aceptaban con mayor facilidad las noticias falsas. Estamos listos para hacer preguntas a nuestras expertas de la semana.

Hoy nos acompaña la Lic. Cinthia Aranda Solis quien ha sido investigadora en el proyecto PAPIIT <IA302121> “Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales” (Breve):

Cuéntanos un poco de tu proyecto de investigación sobre sesgos cognitivos:

¿Cómo influyen los sesgos cognitivos en el análisis de noticias falsas?

¿Cuáles son los sesgos cognitivos que nos predisponen a las noticias falsas?

(Puedes mencionar 2 o 3)

¿Podemos dejar de tener sesgos?

Entrevista con los expertos

El locutor se vuelve un par de la audiencia.

Para Diana:

Presentación de Diana (Breve)

Lic. Diana Mejía quien trabaja con las infancias y ha sido investigadora en el proyecto PAPIIT <IA302121> “Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales”

Cuéntanos un poco de tu proyecto de investigación en torno a las noticias falsas

Hoy vamos a hablar del misterioso PAPIIT <IA302121> “Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales” y la psicóloga Diana nos va a revelar sus secretos.

Diana, Cuéntanos un poco de tu proyecto de investigación.

¿Identificaron los sesgos cognitivos en la lectura?

¿Qué estrategias propones para no caer en noticias falsas?

Desarrollo 3:

Análisis del problema inicial con el nuevo conocimiento

¡Ay mamacita! Sismo de 3 grados ‘asusta’ a chilangos: Epicentro fue en Magdalena Contreras (El financiero, 10 de mayo 2023)

Potente vitamina anti-edad que elimina manchas y arrugas (Semana, 10 de mayo 2023)

15 trucos de las francesas para disfrutar con la comida y nunca engordar. (Telva, 10 de mayo 2023)

Estos son ejemplos recién salidos de mi algoritmo de Google. Y tengo muchas ganas de que las francesas me digan cómo no engordar. Porque mi estereotipo de chica francesa es delgada y guapa. Y claro que yo quiero ser delgada y guapa, y si se puede seguir comiendo ¡Venga la información!

Además, mi conocimiento de sismos me dice que ese temblor no fue peligroso. Un tío mío me ha mandado el reporte del sismológico nacional donde decían que el final es 2.3 la magnitud. Seguro el financiero está exagerando...

Vitaminas anti edad... creo que Google ya me ve de cierta edad... ¡qué golpe!

¿Cuántos sesgos reconociste? analizar información de forma rápida no siempre resulta en algo inofensivo. Decido qué información me interesa y qué desecho a partir de la lectura del encabezado. Eso lo puedo estar haciendo con mi sistema 1, el automático ¿Qué llama mi atención? Si te soy honesta no abrí ninguna de estas noticias. A propósito, he buscado las que me parecieron más sensacionalistas para mostrarte cómo reaccionamos a las noticias que leemos. ¿Abrirías alguna? ¿Ni por curiosidad?

Cumplir la promesa

Conclusión:

Mensaje claro, invitar a escuchar el siguiente episodio.

Como seres humanos racionales, en realidad no somos tan racionales. Estamos hechos para confiar en nuestros sentidos y responder basados en la intuición. Eso que llamamos intuición no es más que heurísticos puestos en acción en el sistema 1. Atajos mentales diseñados en la máquina de la cognición que nos ayudan a encontrar soluciones de forma rápida. Gracias a estos heurísticos nos hemos adaptado al medio ambiente y garantizado nuestra supervivencia desde el tiempo de las cavernas hasta el día de hoy. Sin embargo, estos atajos mentales llevan a errores sistemáticos cuando intentamos reducir tareas complejas en operaciones más simples para economizar energía y recursos cognitivos. Estos errores sistemáticos son los sesgos cognitivos.

Nuestra capacidad de reflexión cognitiva podría ser la clave para desafiar nuestras reacciones intuitivas.

Nos lo decía la Dra. Susana en capítulos anteriores. Vivimos en el mundo de la inmediatez y la sobrecarga de información. Las publicaciones y redes sociales luchan por nuestra atención con sus algoritmos y se aprovechan de nuestra tendencia a creer y de nuestros sesgos para obtener las visitas.

Nuestro cerebro evita el análisis de toda la información para no tener un alto costo cognitivo y las plataformas nos encierran en una burbuja mediática.

Reconocer nuestros propios sesgos y cómo funcionan tal vez nos acerque a un pensamiento más reflexivo cuando sea necesario.

¿Cuáles son estos sesgos? ¿Cómo operan? ¿En qué momento valdrá la pena activar mi sistema 2?

Seguiremos explorando el tema en el siguiente episodio de psicoblindaje.

Cierre:

Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar.

Psicoblindaje es un podcast de divulgación realizado con apoyo de los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas">

Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido relacionado, estamos en instagram, twitter, facebook y mastodon como @psicoblindaje

Guion: Susana

Correcciones: Pablo Abundiz

Edición y Producción: Ángel Luviano y Erandy Corona

Coordinador Editorial: Alejandro Juárez

Asesor, director y responsable de los proyectos de investigación: Dr. José Manuel Meza Cano

Agradecemos la participación en este episodio de los investigadores:

Lic. Cinthia Aranda

Lic. Diana Mejía

Episodio 4

Preguntas guía:

¿Cuáles son algunos de los sesgos cognitivos involucrados en el procesamiento de noticias falsas?

Conceptos para tratar:

Heurísticos de ajuste o anclaje:

Heurístico de disponibilidad:

Heurístico de representatividad:

Venta inicial: Promesa

La semana pasada hablamos de la teoría del procesamiento dual de la información. Repasemos un poco usando la metáfora de la computadora, porque es la otra cosa que conozco que también procesa información. Imagina dos programas corriendo en tu computadora, al mismo tiempo. El sistema 1 es el programa que soluciona todo velozmente e intenta adivinar lo que sucede en tu entorno para tener una respuesta rápida con un consumo de energía y de memoria mínimo. (No abrirá otros programas, es decir, no llamará a más herramientas cognitivas si el sistema 1 lo puede solucionar). Corriendo en segundo plano, está el sistema 2 en modo de reposo. Revisando las decisiones del sistema 1 y cuando capta un conflicto, entonces se activa y trae la artillería pesada que se necesite. Cuando estás en un examen, tienes a la artillería pesada contigo tu cognición corriendo a todo lo que da en memoria, atención y lo que sea necesario para resolver el problema que se te haya presentado. Hay limitaciones en este sistema, claro. Las limitaciones humanas, de eso hablamos el episodio pasado. Pero también hablamos de problemas con los cambios.

Si no hacemos un cambio de forma correcta del sistema 1 al sistema 2, caemos en errores, los sesgos cognitivos. Mejía Barón y otros directores técnicos conocen el peso de no hacer los cambios. Para que no te pase a ti, en este juego llamado vida, aquí llegó psicoblindaje.

Duración: 60 segundos

¿Cuál es el problema que serán capaces de resolver una vez terminado de escuchar un episodio del podcast?

¿Cuáles son los errores a los que me lleva el sistema 1 y cuándo debo estar al pendiente de ellos? ¿Cómo puedo darme cuenta de que estoy en un sesgo?

Hoy seremos más puntuales en estos errores y te los platicaremos para que tengas un panorama más amplio y añadas esto a tu caja de herramientas.

Acompáñanos en este capítulo de psicoblindaje a explorar los caminos de los sesgos, que seguramente no son como yo pensaba, no son como imaginabas...

Escena narrada y ambientación de fondo.

Situación problema.

Apertura / Intro

Duración: 60 segundos

De qué se trata la serie de podcast, porqué te tienes que quedar.

- Las noticias falsas son peligrosas, tienen un impacto en la vida cotidiana y en la toma de decisiones a distintos niveles. Todos somos vulnerables y habitamos un mundo digital que se mueve a velocidad de un clic exponencial que nos inunda de información. ¿Quisieras ser capaz de distinguir lo verdadero de lo falso? Aquí, en Psicoblindaje, nos hacemos muchas preguntas y con la ayuda de expertos investigadores de la UNAM, un equipo de novatos entusiastas y nuestra producción exploramos los rincones de la desinformación, para encontrar las herramientas desde la psicología que te protegerán del mundo hostil que habita la red.

Hoy presentamos: Sesgos cognitivos segunda parte: Errar es humano

Desarrollo 1:

Preguntar a la audiencia, llamar lugares comunes

Honor a quien honor merece, pero... ¿Cómo podemos darle su merecido lugar a lo que llamamos intuición sin dejar de mencionar los peligros que acarrea el dejarse llevar por ella? “Intuición: eso que no sabes cómo lo sabes, pero sabes que lo sabes” **[Hay un audio de instagram que dice esto, no sé si se pueda poner]** Lo que nombramos intuición, en realidad es parte del sistema 1. **[Poner: Las mujeres somos las de la intuición de Shakira] [Sonido de disco que se interrumpe]**

Son heurísticos puestos en acción que nos han traído desde nuestra época de cavernícolas hasta ahora. Su objetivo es que tengamos la capacidad de adaptación a las situaciones cambiantes que exigen respuestas rápidas, como, por ejemplo: huir del peligro a tiempo. Aunque en la actualidad estamos cada vez menos expuestos a bestias salvajes escondidas en los matorrales dispuestas a saltar para sorprendernos. Los desafíos del mundo moderno (aunque los queramos reducir a banderas verdes y rojas) nos exigen pensar dos veces, pensar despacio. El peligro de guiarnos por la intuición es caer en los errores de diseño de nuestra cognición y ver fantasmas de peligros donde no los hay o, por el contrario, pecar de ingenuidad y no evitar una verdadera amenaza. Afortunadamente, el sistema 1 no es el único con el que contamos para el procesamiento de la información. Podemos evitar algunos errores sistemáticos y encontrar un sano balance entre la credulidad absoluta y el estado ansioso de peligro inminente a todas horas con la activación a tiempo de nuestro sistema 2.

Una vez que hicimos el repaso y pusimos en tela de juicio la sabiduría ancestral del “ojo de loca, no se equivoca” abramos paso a nuestro tema de hoy.

A manera de introducción:

¿Aprecias la sinceridad? Porque quería contarte una pequeña reflexión a la que llegué recientemente.

Hay videos de tiktok que en 30 segundos más o menos te cambian la perspectiva del mundo y te enseñan un dato práctico para el día a día. Cómo abrir latas, cómo maquillarte, cómo usar cosas que tenías en casa y habías estado empleando mal toda la vida. Desde mi punto de vista es un género de la creación de contenidos en internet al que llamaré “Lo has estado haciendo mal toda la vida, te voy a enseñar cómo se hace”. No es mi intención juzgar este tipo de contenido. Pero quisiera defender un poco este podcast y decirte que no es de ese estilo. Vamos a analizar alguno de los errores que

cometemos como seres humanos, pero quiero que aquí hagamos énfasis en que son sólo ALGUNOS errores que cometemos como seres humanos (por favor, producción ayúdeme con esto) Los sesgos cognitivos son sólo ALGUNOS de los errores que cometemos los humanos.

Vamos a destazar esta parte más despacio. De humano a humano, los errores que cometemos, o los que podemos cometer, varían muchísimo porque responden a muchas causas. Dependen de la experiencia de vida, del capital cultural, del estado de salud, de si ese día dormiste bien, de tu estado emocional... Los errores que hemos cometido en la vida son multicategoricos y pudieron o no ser previsibles. Los sesgos cognitivos no son una materia que englobe a todos los errores humanos que se puedan cometer, engloban un tipo en específico; los que pueden predecirse, porque en estos, los seres humanos vamos por los mismos caminos.

¿Errores que se pueden predecir? Así es, ven conmigo. Estamos en la conferencia del Dr. Santiago Palacios Navarro, de la universidad del país Vasco y entonces él nos pide contestar una serie de preguntas con lo primero que nos venga a la mente. Por favor, ahí dónde estás. Aunque parezcas loquito, y sobre todo si vas a parecer un loquito. Contesta en voz alta a las siguientes preguntas, de forma rápida, hagamos el experimento del Dr. ¿Listo? relaja tu mente, aquí vamos:

¿Es África un continente? No lo dudes, es un continente. Dime que sí, eso. Sigamos, sigamos. ¿Gira la tierra alrededor del sol? perfecto ¿Hace más calor en el ecuador o en los polos? Si los mellizos son dos los trillizos son... ¿Cuántos son dos más dos? ¿Cuántos animales de cada especie puso en el arca Moisés?

Si contestaste dos ¡Lo he logrado! Caímos redonditos en el sesgo. La probabilidad de que hayas caído en él es alta, incluso aunque conocieras la trampa. Yo conocía la pregunta y mientras estaba leyendo el libro "Nuestra mente nos engaña" me seguí de frente hasta chocar de lleno con mi error. Eso es un error predecible. Nuestra mente archiva en categorías y parece que todos tenemos una en la que metemos a los personajes bíblicos. Nuestros atajos mentales buscan esas categorías para reaccionar rápidamente a la información. Acabamos de experimentar el sistema 1. Nos pusimos a contestar cosas rápido. Dimos preferencia a la velocidad lo que hizo que nuestra mente activara los caminos cortos que usualmente funcionan. Adivinamos la pregunta antes de terminar de escuchar y nos precipitamos a una respuesta, la mayoría de nosotros saltó así a la conclusión errónea. Los sesgos cognitivos son errores que todos cometemos más o menos igual.

Si nos dejáramos llevar siempre por el sistema 1, privilegiando la pronta respuesta tomaríamos los atajos. Los heurísticos son esa “intuición” que nos lleva a inventar historias para salvarnos del peligro que acecha y no vemos. Ahora que lo sabemos ¿Cómo manejamos este conocimiento? Si somos cien por ciento confiados de que nada va a saltar y no reaccionamos al peligro vamos a adelantar nuestra muerte. Y si dudamos de todo, todo el tiempo, en un estado de ansiedad constante, gastamos energía empleando la maquinaria pesada de los recursos cognitivos... ¡qué agotador! Además, no es posible que pongamos atención a todo, en todas partes y al mismo tiempo... Cuando estamos muy concentrados en resolver una tarea, nuestra atención se centra en esa específica tarea y nos volvemos ciegos a otras cosas. Discriminamos estímulos para ser más eficientes en la tarea; a unos nos pasa más que a otros. Durante la escritura de este guion, a veces me han preguntado cosas que yo contesto y ni recuerdo qué contesté o me hablan y no sé de qué me están hablando... En fin la atención.

Los errores de la cognición no dependen de la personalidad ni de nuestra inteligencia. Con la pregunta de Moisés jugué un rato antes de ponerla en este episodio. Me maravillé cuando caí en el error, elegí a mis amigos más serios e inteligentes y probé si la narración funcionaba. Funcionó el 100% de las veces. Un poco por sesgos cognitivos y otro poco que mis amigos confiaron en mí, no lo hice bajo diseño experimental, pero para probar el guion funcionó.

Cuando estamos explicando la forma en la que cometemos errores es muy común que pensemos en los errores de otros y que notemos cuando otros caen. Es el sesgo del punto ciego. Es normal y sano creernos un poco más listos que el promedio, bueno, casi siempre. Este es un metasesgo, como romper la cuarta pared de la narrativa de los sesgos, porque involucra a muchos otros sesgos.

Te voy a contar la historia de Sofía y Pamela. Ellas son hermanas y viven juntas, pero no en armonía. Las dos trabajan y estudian, estos días su mal humor aumentó. Sofía está harta de que Pamela no ponga los vasos en su lugar, Pamela está harta de acomodar los zapatos que Sofía deja por todos lados. Sofía ya no quiere ser sólo ella la que limpia el espejo del baño, Pamela está cansada de ser la única que trapea la casa. Las dos pueden ver claramente lo que la otra está haciendo mal, pero no lo que ellas mismas están haciendo mal y esto es muy común. Algo similar sucede con el sesgo del punto ciego.

Mediante una pregunta o una suposición cerrar con la sección

Pablo: Lo sorprendente es que tú seas Sofía y Pamela al mismo tiempo, pero sin nadie que pueda detener el rastro de destrucción que dejas a tu paso.

Ventaneada a parte... Es bueno que uno vaya por la vida con cierto nivel de seguridad en sí mismo. Pero todo está en el balance con los sesgos cognitivos.

Anunciar el objetivo del podcast

Hablemos de 3 de los heurísticos que aborda Kahneman. E intentemos darles una imagen de cómo son puestos en acción.

Desarrollo 2:

Explicación detallada

El locutor se vuelve un par de la audiencia.

Heurístico de Representatividad

De este heurístico ya hablamos un poco en el capítulo pasado ¿Te acuerdas de la historia de Juan? Leímos la descripción de Juan con algunos datos de su personalidad, sus habilidades y preferencias. Nos inventamos una historia de Juan basada en los datos que leímos y la hicimos coincidir con nuestro estereotipo de carreras para intentar estimar la probabilidad de que Juan estudiara alguna de ellas. El heurístico de la representatividad es asignar o posicionar a un elemento en una categoría de acuerdo con características que juzgamos dentro de esa categoría. Es decir: estereotipos. Como los heurísticos generalmente funcionan bien, nos dejamos llevar por “A es representativo de B”. Ver a una persona buena con los niños y saltar a la conclusión de que es maestra de kinder.

Pensar en función de representatividad nos puede llevar a cometer diversos errores como la insensibilidad a las tasas base, es decir ¿Es posible que todas las personas amables con los niños sean maestras de kinder? Es imposible que todas cumplan el estereotipo, hay muchas otras cosas a las que se pueden dedicar, por ejemplo... Producir un podcast. (Saludos, Erandy).

Si la historia que inventamos coincide con nuestras representaciones de categorías y estereotipos, es muy fácil que la tomemos por cierta y no reflexionemos más al respecto.

Cuando no nos detenemos a pensar sobre la probabilidad de los juicios, podemos aceptar afirmaciones malintencionadas con propósitos de conectar con un estereotipo y construir una narrativa de rechazo a algún grupo, generalmente minoritario o en condiciones de desigualdad social. Piensa por ejemplo en cómo se construyen los discursos de rechazo hacia los migrantes. Sólo un ejemplo de una larga lista.

Heurístico de ajuste y anclaje

A partir de un valor o un juicio dado estimamos nuestros propios juicios y la sugestión y el

anclaje tienen el mismo lugar en el sistema 1. Te desarrollo ahora el concepto con pequeñas historias: Kahneman narra cómo Thomas Mussweiler y Fritz Strack, psicólogos alemanes, lograron lo que para él y su colega Amos había quedado sólo en aproximaciones del fenómeno del ajuste y anclaje. Los psicólogos Thomas y Fritz le preguntaron a un grupo de personas ¿Está la temperatura anual de Berlín por encima o por debajo de 20 °C? O ¿Está la temperatura anual de Berlín por encima o por debajo de 5 °C? Después de la pregunta los participantes reconocían unas palabras. Las personas que recibieron la pregunta de los 20 grados encontraron palabras asociadas al verano y el calor, mientras que las que recibieron la de los 5 grados, puntuaron mayormente en palabras de invierno y frío.

Cuando tenemos un valor, nos ajustamos en torno a él. Incluso los expertos. Se hizo un experimento con agentes inmobiliarios a los que se mostraba una casa con un precio. A un grupo se le mostraba un precio elevado y a otro un precio por debajo. Los agentes que vieron el precio elevado establecieron el valor de la casa por arriba de los que tuvieron el precio por debajo del valor real. Este conocimiento se ocupa de múltiples formas. Principalmente en las ofertas.

Si yo llego y te digo que, por 200 pesos al mes, podrías ayudar a este podcast a seguir produciendo más temporadas... Me vas a decir que es mucho... Voy a imaginar que estoy muy interesada en juntar el dinero y te digo "Bueno, señito ¿Con cuánto le gustaría apoyarme? tal vez me des... Digamos 50 pesos. Pero si llego y te digo, Por el valor de un taco de mi colonia puedes seguir apoyando este podcast. Y por supuesto, traigo conmigo mi cartulina amarilla de 14 pesos... Verás la cartulina, creerás que es un buen precio e igual nos disparas 2 taquitos para producción. 28 pesitos. ¿Notas los diferentes resultados en las estrategias?

Cuando pedí de más establecí un ancla y la persona realizó un ajuste, una negociación. Lo mismo cuando pedí un poco menos.

Pablo: Tranquilo, esta temporada está patrocinada, puedes seguir escuchando en paz, no te vamos a talonear. Todavía...

Lo mismo pasó con los agentes inmobiliarios, expertos en su tema, claro está. El grupo que vio la casa por arriba del precio sabía que debían bajar ese valor, pero con un ancla alta se vieron influenciados a estimar un valor más alto que el grupo que miró el precio por debajo del valor. El ajuste toma al ancla como punto de partida. Toma nota para tus estrategias en las negociaciones.

Pero... ¿Y en las noticias falsas?

La psicóloga Cinthia Aranda nos advertía de que este heurístico permea en las noticias falsas que circulan en la red. Imagina noticias falsas de un accidente medioambiental con los números exagerados. Se perdieron 150000 hectáreas de manglares... Pero luego ves la noticia real y ves que los periódicos dicen que son 10000 hectáreas anuales. Tu estado de alarma disminuiría un poco. Negociamos nuestra tranquilidad en función del ajuste con el ancla.

Ojalá fuera mentira, pero efectivamente. Se pierden 10,000 hectáreas de manglares anuales en México de acuerdo con la comisión Nacional de Áreas Protegidas.

<https://www.jornada.com.mx/notas/2020/12/27/politica/mexico-pierde-10-mil-hectareas-de-manglares-al-ano-y-esta-entre-los-10-paises-mas-afectados/>

También hay sesgos operando para la interpretación de información referida a problemas climáticos. Y desinformación operando para que ignoremos el problema...

Vamos a nuestro siguiente heurístico, pero antes...

Si eres como yo, tal vez estés esperando una asociación donde yo te detalle de qué heurísticos salen los sesgos. Vale la pena que haga una nota aclaratoria en este momento. Los heurísticos y los sesgos siguen el mismo camino cognitivo. El atajo mental se convierte en un sesgo cuando desembocamos en un error, cuando encontramos una piedra y nos tropezamos con ella. Simplificando y a riesgo de quedar reduccionistas, pero siempre con el objetivo de que quede claro... Voy a decir lo siguiente: Mi heurístico de ajuste y anclaje puede ser bueno cuando voy muy corto de tiempo en el mercado comparando precios y decidiendo si es o no un buen momento de comprar limones. Se convierte en un sesgo cuando alguien deliberadamente anuncia un precio elevado de los bitcoins para que especulemos en torno a ello y tomemos una decisión...

El siguiente heurístico es el de la disponibilidad

Este heurístico afecta la estimación de la frecuencia de una categoría, es decir, qué tan seguido se produce un evento o qué tan probable se califica basados en la habilidad que tenemos para llamar la información.

Para ejemplificar lo anterior hablemos de cosas mortales. ¿En Estados Unidos qué crees que ha matado más gente los huracanes o el asma? ¿Crees que las relaciones de las celebridades fracasan con mayor frecuencia que las de la gente común? ¿Qué es más riesgoso: volar en avión o ir en un viaje en automóvil? ¿Es más probable la muerte por accidente o la muerte por diabetes?

Lo interesante esta vez son las estadísticas alrededor de estas preguntas y el momento y

espacio geográfico donde fueron hechas. Según relata Kahneman, psicólogos estadounidenses del equipo de Paul Slovic formularon estas y otras preguntas referentes a riesgos mortales a un grupo de participantes. La mayoría de la gente respondió que los huracanes eran más mortales que el asma, que los famosos tenían rupturas con más frecuencia que la gente común, que volar en un avión resultaba más riesgoso y que era más probable morir en un accidente que por diabetes. Todas estas respuestas son contrarias a lo que muestran las estadísticas. La causa de estas respuestas tiene que ver con la cobertura mediática.

La exposición a noticias nos hace traer la información de forma más fácil. Se le da cobertura a las rupturas de los famosos, por eso creemos que sus rupturas son más frecuentes que la media, aunque la estadística no confirma el dato.

¿Leíste recientemente noticias acerca de algún accidente en aviones o riesgos de vuelo? Con el estado de polémica de nuestro aeropuerto, es probable que tengas muchos ejemplos frescos de accidentes en los aviones y consideres más riesgoso un vuelo de avión que un viaje en auto. Se le da una cobertura mediática mayor a los accidentes aéreos, sin embargo en estadísticas los accidentes de autos son todavía más mortales.

¿Y esto cómo impacta? En el 2001, luego de los ataques del 11 de septiembre, los estadounidenses comenzaron a evitar lo más posible ir en avión. Aumentaron los viajes en carretera, aumentando así los accidentes de auto. ¿Pero qué hacer con el miedo? ¿Puedo convencer a alguien con estadísticas de que se equivoca? Vivimos el COVID-19 recientemente ¿te acuerdas cómo nos fue con eso de las decisiones basadas en evidencia?, seguro estás adivinando la respuesta. Convencer a las personas de pensar despacio, siempre es muy complejo. Qué bueno que hicimos este podcast ¿No crees?

El heurístico de disponibilidad explica la tendencia de la sociedad a crear historias muy rápido a partir de noticias llamativas. Porque son las que están a la mano, están fresquitas. Un futbolista, facturas, el corazón roto de una cantante colombiana y una sesión musical. Nos pusieron a todos a hablar hasta el cansancio de terapias de pareja, injusticia social, brechas de género, pago de impuestos, privilegios... Vale, que te estoy hablando desde la experiencia de mí burbuja mediática, pero a lo que voy es que todos teníamos una opinión... ¿Y la información? ¿De dónde sacamos los argumentos y los temas de conversación? ¿De las coberturas mediáticas? ¿Videos de redes?

Kahneman hace una observación al respecto de las cascadas de disponibilidad “Los medios no sólo moldean, sino que son moldeados por lo que le interesa al público”

Pedimos derechos, políticas públicas, decidimos el voto, en función del heurístico de la

disponibilidad. Por mencionar algunos ejemplos.

Si nos pusiéramos a hablar en este momento de un tema mucho más controversial... digamos: ¿Las quesadillas con queso o sin queso? La información que estás recuperando para el debate es de lo más reciente que has escuchado, o de lo más impactante. Eso es lo que hace nuestro cerebro, son cascadas de disponibilidad.

Chismes que se cuelan en debates de problemas de desigualdad social y un sentimiento de identidad y preferencias por la quesadilla y la pizza con piña. Casi todo queda ahí como una anécdota de la demostración de la naturaleza humana. ¿Pero qué hay de los riesgos reales? Cuando decidimos si usábamos el cubrebocas, qué cubrebocas... ¿Recuerdas las pláticas con tus círculos cercanos? Cada uno recuperaba información disponible de lo que más le interesaba de la cobertura y la replicaba. Información mezclada entre cosas reales y noticias falsas. Entre ellas una tabla del porcentaje de efectividad de las mascarillas. Un porcentaje que no había sido medido en un estudio pero que sonaba muy científico... ¿Las recuerdas? En estos ejemplos hay más sesgos, pero concentrémonos ahora en cómo recuperamos la información. Tomando decisiones guiándonos por la facilidad con la que recuperamos la información y no por la probabilidad de que un suceso ocurra. Y luego de eso nos inventamos una historia.

Algunos de los errores a los que conduce el heurístico de la disponibilidad son la correlación ilusoria y el sesgo retrospectivo.

La correlación ilusoria se presenta cuando queremos asignar una causa-efecto a dos eventos independientes, que sucedieron al mismo tiempo por pura probabilidad, mero azar. Por ejemplo: Pensar que hay una relación entre los temblores y el mes de septiembre, o los temblores y la luna, o los temblores y el granizo. Tenemos una historia para las coincidencias llena de argumentos de experiencias personales y de otros.

El sesgo retrospectivo es el sesgo de “Ya lo sabía” “Lo supe todo este tiempo”. Está ligado al heurístico de la disponibilidad y a nuestra facilidad de inventar historias causales. La ilusión de entender. Porque queremos narrativas que nos expliquen las cosas y si no las hay las buscamos y las encontramos porque nuestra mente las inventa. Como ver figuras en las nubes. Y este es un sesgo además que nos posiciona en una zona de superioridad cognitiva donde nos gusta estar. Está calentito, nos sentimos inteligentes, detectives, Sherlock y el mentalista.

Nassim Taleb es un economista, filósofo y estadístico quien en su libro “El cisne negro” desarrolla este problema que tenemos los humanos juzgando los eventos pasados. Él lo llama “Sesgo de retrospectiva” porque justo es ahí cuando sucede. En la retrospectiva de

los eventos, cuando se busca errores sus causas y sus consecuencias y surge la pregunta ¿Se pudo haber evitado? En retrospectiva parece que siempre se pudo hacer algo con respecto a esos errores y juzgamos duramente a quien cometió el error. Como cuando a medianoche te quedas pensando en algún error que cometiste en tu adolescencia y dices ¡nooooo! ¿Por qué era tan tonto? No lo eras, es que ahora cuentas con información que no contabas antes, fue inevitable. Perdónalo y déjalo ir. También sirve en sentido opuesto. Imagina que tienes 3 compañeros que siguen más o menos el mismo camino profesional, pero uno despegua con mucho éxito y se diferencia de los otros dos. ¿Hizo algo diferente? Dirás que sí, que desde antes se veía que era diferente a los demás. Llegará una revista de emprendedores a hablar de su historia de vida y éxito y buscará las claves que lo llevaron a la gloria. Una historia inspiradora que tal vez sólo sean falacias narrativas para llenar los huecos de lo que no entendemos. Nos gustan las historias de ascensos y caídas que llevan un mensaje de triunfo. Y quitamos una importante variable: El azar.

Para ejemplificar el sesgo de retrospectiva piensa en eventos terribles, como el 9-11, la pandemia, la guerra de Ucrania y Rusia. Seguro recordarás algún artículo en la red donde afirma que había señales de que iba a suceder la catástrofe, que se podía evitar y enlista todos los errores que se cometieron que nos llevaron hasta ahí. Bueno, cuando te topes con alguna de esas historias analiza con un ojo crítico ¿Es verdad que se pudo evitar y que había tantas señales? ¿O sólo nos gusta porque es una buena historia que rellena los agujeros en la trama de los eventos?

Si este guion estuviera en físico, estaría lleno de notitas de papel. Porque ahora te voy a dar otra nota importante. Nos sirven de transición entre sesgo y sesgo. Bueno, hablando de el nombre de los sesgos... No hay consenso con los investigadores. Unos les llaman de una forma, otros de otra forma y de autor a autor difieren. En este podcast principalmente nos basamos en el libro "Pensar rápido, pensar despacio" de Daniel Kahneman; los trabajos de Dra. Blanca Olalde y el Dr. Santiago Palacios Navarro y el libro "Nuestra mente nos engaña" de Helena Matute Greño y por supuesto, del artículo publicado por la psicóloga Cinthia Aranda, nuestra experta invitada.

Y tampoco podemos hablar de todos los sesgos, hicimos una selección. Pero si te gusta el tema, puedes pedirnos una temporada de sesgos cognitivos.

Entonces ¿Cómo sabemos cuándo es necesario pensar despacio?

Desarrollo 3:

Análisis del problema inicial con el nuevo conocimiento

Cumplir la promesa

Aprender sobre sesgos cognitivos se ha vuelto parte de la alfabetización mediática, el objetivo de quienes trabajan en este ramo es dotar a los sujetos de habilidades cognitivas y comunicativas para detectar la desinformación en noticias que son compartidas en redes sociales. Un ejemplo de estos esfuerzos es el curso de análisis de noticias falsas que se impartió en las plataformas en línea de la FES Iztacala y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en la división de educación continua y vinculación en los meses de marzo y abril del 2022; con una segunda edición en septiembre y octubre de ese mismo año.

Este curso fue teórico práctico y los estudiantes pudieron poner en práctica sus habilidades en el análisis de desinformación.

Pongamos en práctica lo aprendido nosotros también con un ejemplo. Permíteme entrar en personaje.

[Cambia formato imitando a Martha Debayle]

En este momento soy Martha Bailadora

Hola a todas las mamis embarazadas, reciban un cálido abrazo lleno de luz y mis mejores deseos llenos de buena vibra para esta magnífica etapa que empiezan. Hay datos bien interesantes que les queremos compartir esta semana, pero voy a empezar con un artículo de Enrique Bay sobre gestación y flores de Bach. Esta es una ponencia que se presentó en el cuarto congreso de terapia floral. Y está bien interesante porque no sólo es consumir las florecitas y ya. Hay aspectos a considerar. Desde su percepción de la maternidad, el cómo se autopercibe frente a su hijo, cómo han sobrellevado el conflicto con su propia experiencia madre e hija, si hay miedos no abordados acerca del parto, su relación afectiva con su pareja y por supuesto su entorno laboral. Podemos utilizar las flores de bach en la gestación para el acompañamiento emocional del bebé y este artículo nos relata como

[Sonido que se interrumpe]

Fabriqué esta noticia falsa para ti, ¿qué piensas al respecto? ¿Tienes ganas de creerla? ¿Ubicas algunos sesgos? ¿Cuáles? ¿Cómo están operando?

Esto es algo similar a lo que se hizo dentro del curso, pero dejemos que un experto nos platique más

[Entrevista desde la presentación con Diana “Nos encontramos”]

Conclusión:

Mensaje claro, invitar a escuchar el siguiente episodio.

¿Cuáles son los errores a los que me lleva el sistema 1 y cuándo debo estar pendiente de ellos? ¿Cómo puedo darme cuenta de que estoy en un sesgo?

Los heurísticos están siempre operando en mi sistema uno para darme respuestas rápidas. Sin embargo, para la toma de decisiones y el análisis de la información cuento con un sistema 2 de razonamiento lógico. Este sistema en conjunto con mis habilidades de contrastación de la información me puede llevar a una mejor evaluación del estado de las cosas. Detenerse y dudar de las primeras inclinaciones es importante para fomentar un pensamiento crítico y reflexivo.

Los sesgos cognitivos no terminan aquí. Aún queda una larga lista que abordar, esperamos que lo hayas disfrutado ¿Te quedaste con ganas de saber más? Lo que nos interesa es ayudar a sembrar la semillita de un pequeño cambio, despertar la curiosidad, sacudir juntos nuestro sistema cognitivo ¡Qué tiemble de ser necesario nuestro sistema de creencias! ¿Todavía no hablamos nada de sistema de creencias?

Nos encontramos la siguiente semana, en otro episodio de psicoblindaje.

Cierre:

Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar.

Psicoblindaje es un podcast de divulgación realizado con apoyo de los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas">

Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido relacionado, estamos en instagram, twitter, facebook y mastodon como @psicoblindaje

Guion: Susana

Correcciones: Pablo Abundiz

Edición y Producción: Ángel Luviano y Erandy Corona

Coordinador Editorial: Alejandro Juárez

Asesor, director y responsable de los proyectos de investigación: Dr. José Manuel Meza Cano

Agradecemos la participación en este episodio de los investigadores:

Lic. Cinthia Edith Aranda Solís

Lic. Diana Mejía

Episodio 5

Preguntas guía:

¿Qué son las creencias epistemológicas?

¿Cuáles son las dimensiones de las creencias epistemológicas?

¿Cómo influyen las creencias epistemológicas en las noticias falsas?

Conceptos para tratar:

Creencias epistemológicas

Venta inicial: Promesa

¿Escuchas esto? **[Sonido de cristal rompiéndose]**. Es el sonido de la cuarta pared rompiéndose.

No, no es conmigo. Entre tú y yo no existe ese muro... creo que es... con tu mente. El cerebro humano es un órgano muy interesante, capaz de analizarse a sí mismo. Eres consciente de las capacidades de tu mente, te has dedicado a expandir y desarrollar su potencial, has buscado el conocimiento... o él te ha encontrado a ti. Pero... ¿Alguna vez has pensado en el proceso de conocer? ¿Dónde reside el conocimiento? ¿Cuál es su naturaleza? ¿Dónde se encuentra la verdad? ¿Y cómo sabemos que no estamos siendo engañados?

Pablo: ¿Hoy amanecemos filosóficos eh?

Aunque no lo tengas presente ahora mismo, te has hecho y contestado estas preguntas con anterioridad, construiste una epistemología personal en torno a ello. Y estas ideas que tienes del conocimiento influyen en tu comprensión del mundo y tu cognición, cuando desarrollas tareas, académicas o no, como por ejemplo... Cuando lees noticias.

¿Qué son las creencias epistemológicas? y ¿Cómo influyen las creencias epistemológicas en las noticias falsas?

¿Episteme qué? Te acompañamos a analizar tu propia epistemología del conocimiento, permítenos explicártelo de una manera sencilla. Después de este capítulo, serás consciente de un "Tú mismo" que cree cosas y piensa acerca de su propio proceso de conocer.

Apertura / Intro

Duración: 60 segundos

De qué se trata la serie de podcast, porqué te tienes que quedar.

- Las noticias falsas son peligrosas, tienen un impacto en la vida cotidiana y en la toma de decisiones a distintos niveles. Todos somos vulnerables, porque habitamos un mundo digital que se mueve a velocidad de un clic exponencial que nos inunda de información. ¿Quisieras ser capaz de distinguir lo verdadero de lo falso? Aquí, en Psicoblindaje, nos hacemos muchas preguntas y con la ayuda de expertos investigadores de la UNAM, un equipo de novatos entusiastas y nuestra producción exploramos los rincones de la desinformación, para encontrar las herramientas desde la psicología que te protegerán del mundo hostil que habita la red.

Episodio 5: Episteme... ¿Qué?

Desarrollo 1:

Preguntar a la audiencia, llamar lugares comunes

Las redes sociales universitarias están llenas de memes de alumnos con dudas y el profesor contestando con el mismo pdf de dónde salieron las dudas. “La vieja confiable”, seguro te suena. Es muy divertido porque muchos hemos experimentado la frustración de no entender alguna vez. Pero... pensemos un poco más allá ¿Cómo resuelves una duda? Cuando los alumnos preguntan sus dudas ¿Qué expectativa tienen de la respuesta? ¿Estamos esperando la solución a los problemas porque ya lo intentamos y no salió?

Seguramente estás aquí porque te gusta aprender sobre este tema, no hubo un maestro que te enviara a escuchar este podcast. (Si es así tu profesor es el más genial del mundo, muchas gracias a todos los profesores que nos recomiendan)

Hay conocimiento al que vamos gustosos y hay temas que nos cuestan más trabajo y tenemos teorías de por qué es así. Podemos decir que es el profesor, o el sistema, o que estamos conscientes de que el tema no nos interesa. Y estas cosas pueden ser ciertas... o no

Si queremos descubrir algo nuevo, cada uno de nosotros tiene estrategias propias para alcanzar ese conocimiento. Y estas estrategias van evolucionando con el tiempo y con la

experiencia. Por ejemplo, puede que antes le diéramos mucha importancia al profesor como guía, pero a medida que nos apasionamos por ciertos temas, ya no dependemos tanto de un profesor para seguir aprendiendo.

Cuando tenemos una pregunta y no obtuvimos la suficiente información para aclararla tenemos dos opciones, vivir con la duda o salir en busca de nuestras propias respuestas. Después de todo, la incertidumbre es un estímulo incómodo que queremos eliminar en cuanto aparece.

Mediante una pregunta o una suposición cerrar con la sección

Nuestras creencias epistemológicas son fundamentales en este proceso. Ellas determinan cómo entendemos el conocimiento y cómo lo adquirimos. Nuestra idea sobre el proceso de conocer influye en nuestra forma de buscar el aprendizaje y en las herramientas que utilizamos para alcanzarlo.

Anunciar objetivo del podcast

Estamos listos entonces para aprender más de qué son las creencias epistemológicas y cómo influyen en nuestro análisis de las noticias falsas.

Desarrollo 2

Explicación-Demostración

Somos unos alumnos de William Perry en 1970 y nos pasa lo que la mayoría de los alumnos universitarios de ciencias sociales experimentan al menos una vez. Somos sujetos de investigación de nuestro profesor. El profesor Perry observó por un largo tiempo a sus alumnos y gracias a eso elaboró el primer modelo basado en un estudio longitudinal acerca de la evolución de las creencias sobre el aprendizaje, las figuras de autoridad, las fuentes del conocimiento y algo que llamó “el compromiso personal” (Las ganas de estudiar y el por qué lo hacemos, más o menos)

Distinguió nueve posiciones en un modelo unidimensional y progresivo. Los estudiantes que calificaron en las 3 primeras posiciones se distinguían por un dualismo básico. Aquí el conocimiento es... o no es. Todo es blanco y negro. Hay una única visión del mundo que es dictada por una figura de autoridad quien nos protege de la duda, la transición entre esta y las siguientes posiciones se da cuando el aprendiz comienza a reconocer otras formas de ver el mundo, en esta etapa, no existe la incertidumbre, pues sólo existe una respuesta y es la correcta. En las siguientes posiciones: 4, 5 y 6 se encuentra la multiplicidad donde el individuo fluye en un relativismo. La subjetividad que le otorga al

conocimiento le da la opción de ser permisivo con sus propias ideas sin que las tenga que poner bajo análisis, porque las considera una opinión que es válida. Acá nos defiende la idea de que esa subjetividad que recién encontramos nos permite muchas cosas “Es mi opinión” se suele decir, para no aceptar argumentos en contra.

“Cada quien su opinión” para ser condescendientes con lo que no empata con nuestras creencias, pero sin analizarlo demasiado.

Y es que acá debemos entender algo, a diferencia de los sistemas de conocimiento, estas creencias se construyen en la intimidad de nuestro pensamiento y su naturaleza les da además un componente afectivo.

Una vez, el profesor Gustavo Rocha Beltrán me dijo: No puedes rendirte al primer “no puedo”. Esa experiencia personal hizo que mi relación con los problemas matemáticos cambiara para toda mi vida. Se quedó en mí, para el resto de mis días, que los problemas matemáticos eran tan sólo una cuestión de persistencia. ¿Recuerdas una anécdota así?

Si eres profesor, no pierdas de vista esto, las emociones que experimentamos están enlazadas a la forma a la que construimos creencias respecto al conocimiento, sobre todo en estas etapas... Tal vez.

[Transición sonora]

Justo por su naturaleza de creencias, son más rígidas ante el cambio, aunque no es imposible que se avance a las siguientes etapas. Al final de este grupo de posiciones del modelo de Perry, más o menos en la posición 6, nos encontramos con una noción de nuestra identidad de quiénes somos ante el conocimiento. Surgen ideas como “Ya sé quién quiero ser” Y nos volvemos una barbie girl.

En las siguientes posiciones 7, 8 y 9 encontramos con mayor claridad nuestra concepción del ser y eso influye en nuestra autorregulación y gestión de nuestro conocimiento. Se acepta que el conocimiento es relativo y contextual, además de que se aprende a lidiar con la incertidumbre en un mundo cambiante.

No puedo esperar la hora de que eso me pase, ya no me quiero desvelar...

El modelo de Perry de 1970 fue una influencia importante en la investigación de creencias epistemológicas, generando en el campo, conceptualizaciones distintas. Entre ellas la perspectiva multidimensional de Hoffer y Pintrich de 1997. Ellos agrupan 4 dimensiones de las creencias epistemológicas en 2 áreas.

Exploremos el modelo de Hoffer y Pintrich con más detalle, En la primer área está el conocimiento y contiene 1. La Certeza del conocimiento: Se refiere a la concepción del conocimiento como algo que permanece sin cambios a través del tiempo (estable) o si es cambiante.

Por ejemplo, lo que se sabía y lo que se conocía respecto a la salud mental hace 50 años no es lo mismo que sabemos y conocemos ahora. Sólo imagina... No siempre fue aceptado y sabido que la tierra giraba alrededor del sol o que el átomo existía con todo y núcleo, electrones y protones y luego ese conocimiento necesitó mucha colaboración y gente curiosa para poder llegar a lo que se tiene ahora.

Pablo: Abandonemos la física cuántica para seguir hablando de lo que sí sabemos... más o menos.

La segunda dimensión es la Estructura del conocimiento: Comprende en un extremo la concepción del conocimiento como algo aislado y sin conexión con otras áreas o en el otro, conceptos interrelacionados susceptibles a ser jerarquizados, asociados e interconectados.

Piensa en las noticias falsas, un fenómeno que es estudiado desde distintas perspectivas que se complementan para el análisis del problema... que tampoco está sólo y se junta con otros problemas como la polarización... la posverdad...

[Transición sonora]

Ahora vamos a la segunda área “El proceso de conocer” aquí se encuentra la tercera dimensión la Fuente del conocimiento Donde podemos tener la concepción ingenua de que la adquisición del conocimiento viene de afuera de nosotros (Siempre hay que ir a un lugar por ella o a una figura de autoridad) y en el otro lado desde una perspectiva más sofisticada nos comprendemos como sujetos capaces de la construcción del conocimiento.

[Agregar ejemplo]: Identificarnos como nuestro propio científico de confianza, y esto no quiere decir “si no lo veo no lo creo” sino que sabemos que contamos con la capacidad de aplicar el método científico llegando a nuestras propias deducciones. Conclusiones científicas, claro.

Por último, la cuarta dimensión La justificación del conocimiento que es lo que permite darle validez a lo que obtenemos como conocimiento. En un extremo (el ingenuo) está la autoridad como filtro para diferenciar lo verdadero de lo falso y en el otro (el sofisticado) la acción de investigar e indagar por medios propios en distintas fuentes de información, lo que exige un razonamiento lógico y pensamiento crítico de nuestra parte.

Imagina estas dimensiones como un espectro continuo en el que puedes ubicarte en diferentes posiciones, cada una de las 4 dimensiones puede estar con distintos niveles de simplicidad o sofisticación. Desde un extremo de mayor simplicidad o ingenuidad hasta otro extremo de mayor sofisticación o complejidad.

Primero te va el acordeón

ÁREA 1: Conocimiento: Dimensión 1 Certeza del conocimiento (Estable o cambiante), Dimensión 2 Estructura del conocimiento (Hechos aislados o interrelacionados).

ÁREA 2: El proceso de conocer: Dimensión 3 Fuente del conocimiento (Fuera del sujeto) (o construcción) y Dimensión 4 Justificación del conocimiento. (Autoridad o por medio de indagación)

Y cada una de estas áreas tiene 2 extremos que corresponden a un pensamiento ingenuo o uno sofisticado.

¿Cómo te percibes en cada una de estas áreas?

Desarrollo 3

El modelo de Hoffer y Pintrich es uno de los más acudidos en las investigaciones sobre creencias epistemológicas como en el artículo “Epistemología personal y aprendizaje en la formación de investigadores” de la Doctora Mercedes Zanotto y la Doctora Martha Leticia Gaeta o, más en nuestro tema, el artículo que no te puedes perder “Noticias falsas en Internet: argumentos sobre su identificación” del Dr. José Manuel Meza Cano, la maestra Mariana Cañizales Espinosa, la Maestra Edith González Santiago y el Doctor Mario Ernesto Morales Ruiz. Todos distinguidos invitados de este podcast. Gracias por confiar en nosotros y alegrarnos con su visita.... ¿Qué? ¿Que no hemos invitado al Doctor José Manuel Meza al podcast?

¡Producción! ¡Márquenle que esto ya casi acaba!

El día de hoy, el señor profesor doctor José Manuel Meza Cano

Doctor en psicología educativa y del desarrollo por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor de la carrera de psicología SUAyED en la FES Iztacala, UNAM desde el 2008.

Quien realiza investigación sobre Entornos Personales de Aprendizaje, Autorregulación, Creencias Epistemológicas y Teoría de la Actividad Histórico - Cultural en entornos mediados por internet y tecnología.

Está aquí en este su podcast psicoblindaje

[Entrevista] [Sin música de fondo]

Conclusión:

Mensaje claro, invitar a escuchar el siguiente episodio.

Abro mi red social y alguien me dice que los transgénicos son cancerígenos, pero que el gobierno... Ya los prohibió. Otro alguien me dice que no está comprobado que sean cancerígenos.

¿Qué estoy creyendo, qué estoy queriendo creer? ¿Y por qué?

Quisiera que nos fuéramos con estas preguntas. Yo, me voy con la esperanza, de que este podcast haya sido una semilla para ti, que nos escuchas.

Hay un mundo hostil en internet, estridencia e innumerables opiniones, pero... Si nos mueve algo, tal vez sea la oportunidad de hacernos muchas preguntas. Tal vez sea el momento... de mover nuestras creencias, temblar con ellas. Derrumbarlas e investigar para construir algo nuevo.

Cierre:

Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar.

Psicoblindaje es un podcast de divulgación realizado con apoyo de los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas">

Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido relacionado, estamos en instagram, twitter, facebook y mastodon como @psicoblindaje

Guion: Susana

Correcciones: Pablo Abundiz

Edición y Producción: Erandy Corona y Ángel Luviano

Coordinador Editorial: Alejandro Juárez

Asesor, director y responsable de los proyectos de investigación: Dr. José Manuel Meza Cano

Agradecemos la participación en este episodio del investigador: Dr. José Manuel Meza Cano.

Episodio 6

Preguntas guía:

En este episodio se hace énfasis en el principio de aplicación para que el usuario tenga un espacio dónde practicar el nuevo conocimiento.

Conceptos a tratar:

Creencias epistemológicas.

Sesgos cognitivos

Noticias falsas

Venta inicial: La Promesa

Unit 1 Lesson 1 Fake News

No, no te equivocaste de podcast. Hasta este punto hemos hecho un recorrido por la conceptualización de noticias falsas y la desinformación. También nos cuestionamos el papel de los psicólogos en la investigación de este fenómeno y exploramos enfoques psicológicos de la mano de nuestros expertos en el análisis de información. Hablamos de los Heurísticos y Sesgos y de las creencias epistemológicas. Aprendimos de los errores sistemáticos a los que nos lleva la heurística de nuestra mente y nos posicionamos en un nivel de cada una de las 4 dimensiones del modelo de Hoffer y Pintrich de las creencias sobre el conocimiento.

¿Qué sigue? Ver de qué somos capaces después de todos estos episodios

¿Cuáles son los problemas que serán capaces de resolver una vez terminado de escuchar un episodio del podcast?

¡Ponte a prueba y ayúdame a distinguir la información verdadera de la falsa!

Branding: Intro - Apertura: Anunciar objetivo del podcast

- Las noticias falsas son peligrosas, tienen un impacto en la vida cotidiana y en la toma de decisiones a distintos niveles. Ahora ya lo sabes. Nos movemos en un mundo digital que aprovecha el funcionamiento de nuestra mente para confundirnos y tomar ventaja. A lo largo de estos episodios te hiciste de las herramientas para analizar la información que llega a ti, como todo un experto. Aquí, en Psicoblindaje, nos hicimos muchas preguntas y con la ayuda de expertos investigadores de la UNAM, un equipo de novatos entusiastas y nuestra producción pondremos a prueba las habilidades que te protegen del mundo hostil que habita la red.

Hoy presentamos: 5 Psicólogos dijeron

Desarrollo:

Preguntar a la audiencia, llamar lugares comunes.

El episodio transcurre cuando el oyente se encuentra a diversos personajes en el día (Se necesitan actores)

Elon Musk compra Uber.

- *Joven de 30 años en la cafetería (Hombre)*

Barista del café: ¡Latte frío con leche de coco!

Hombre 1: ¡Oh! Ese es mi café. Oye, qué gustazo encontrarte, no te había visto, disculpa... estaba tan metido en mi celular. ¿Ya te entregaron? ¡Ah, estás esperando! ¿Y ya luego a la chamba? Me parece excelente. Adivina qué acabo de ver en twitter. Se anda diciendo que Elon Musk va a comprar Uber. Son rumores, pero... Sí lo creo. Ya ves que decían que no iba a comprar Twitter y a la mera hora ya es de ese cabrón. Y no hacemos nada porque somos unos borreguitos, yo no he podido dejar Twitter ¿De dónde saco mis memes cuando me aburro en el trabajo? El mundo ya es de ese tipo.

Barista del café: ¡Americano!

Hombre 1: Ah, es el tuyo. Bueno, me voy corriendo. Luego charlamos

Susana: ¿Qué piensas de esta situación? ¿Crees que es posible? ¿Puedes analizarla de una forma diferente?

Veamos si nuestro experto coincide contigo

[Grabación 1]

Escenario 2: El tabaco provoca lumbalgia.

[Sonido de la cocina]

Mujer 1: ¡Ay, qué bonito gatito acabo de ver! Oh, Ana acaba de poner algo interesante.

Acompañante: A ver, leemela, que le estoy moviendo al arroz.

Mujer 1 lee: ¿Sabes cuál es la primera causa de discapacidad en el mundo? Se trata de la lumbalgia (dolor de espalda) y afecta a más de 600 millones de personas. El tabaco, las posturas en el trabajo y la obesidad como los principales factores de riesgo. Gorka Orive con información de The Lancet.com. (Ferreira, 2023)

Susana (Aclaración rápida): Puedes encontrar el enlace en la descripción de este episodio.

Mujer 1: ¿Cómo por qué el cigarro? No creo que haya relación. Me cuesta imaginar la relación.

Acompañante: Seguro tiene mucho que ver con quién se puede permitir una lumbalgia. Luego, luego se ve que los países más pobres no se pueden permitir una lumbalgia. Ya me imagino la cara de la del IMSS cuando pida mi incapacidad por el dolor de espalda.

[Fin de cápsula]

Susana: ¿Qué piensas de esta información y sus comentaristas? ¿Cómo calificas su veracidad?

Nuestro experto dice lo siguiente respecto a las reacciones.

[Grabación 2]

[Sonido de oficina]

Escenario 3: Totalmente yo.

Mujer 2 hablando: Acabo de poner una playlist de cosas relajantes que me ayudó un buen. Eso y mi aromaterapia me están curando todo, amiga. Ya no tuve que ir al doctor. Bien me decía mi tía, que esos de los doctores es puro negocio. Afortunadamente mi amiga Sarita ¿Sí la ubicas? me mandó una dieta de internet con jugos detox y agua alcalina... Y con eso, amiga. Santo remedio a lo del estómago.

¡Ay! ¿sabes qué me salió? Mi playlist según mi signo.

Geminis:

Born to die..

Mientes

Dance Monkey

Nothing compares to U....

Sí, definitivamente eso es muy yo.

A ver la tuya.. Leo.

Royals

Roar de Katy Perry

Béyonce... Ash definitivamente muy tú, eh.

[Grabación 3]

Escenario 4: Esta candidata va ganando las encuestas, la elección está decidida.

[Restaurante]

Persona 1: Lidera todas las encuestas, va a ganar, de calle.

Persona 2: No, no necesariamente, están muy cerquita en eso de los porcentajes.

Persona 1: Por supuesto que no, ninguna encuesta le da el gane.

Persona 2: Acabo de leer un artículo donde decía que el efecto que tenía eso de las encuestas era que la gente no salía a votar porque confiaban y luego eso daba la vuelta a la elección. Creo que no está nada decidido, a ver qué pasa.

[Grabación 4]

Análisis del problema inicial con el nuevo conocimiento

Cumplir la promesa

[En las entrevistas con los expertos]

Conclusión: Una invitación a la reflexión en temas más complejos.

¿Cómo te fue en el análisis de las noticias?

Las noticias falsas y la desinformación toman muchas formas y nos llegan a todos. Juzgamos en función de las herramientas con las que disponemos, según el momento, según las experiencias a las que hemos sido expuestos. Los periodistas hacen sus esfuerzos desde páginas verificadoras, se crean múltiples aplicaciones para analizar y verificar la información. Puedes fijarte en la imagen, en la url, en quién escribe la noticia. Esas también son herramientas efectivas, pero... Hacía falta la psicología para tener una perspectiva más amplia.

El mundo tecnológico avanza a pasos agigantados. Viene la inteligencia artificial, no sabemos si podrá crear noticias creíbles.

Por ejemplo:

Chat GPT, escríbeme los beneficios de la terapia del reiki.

[Voz robótica]

El Reiki es una técnica de curación y relajación que se originó en Japón. Aunque los beneficios del Reiki pueden variar de una persona a otra, aquí hay algunos beneficios potenciales que se han atribuido a esta práctica:

1. Relajación y reducción del estrés: El Reiki promueve un estado profundo de relajación, lo que puede ayudar a reducir el estrés y la ansiedad. Esto puede ser beneficioso para mejorar el bienestar general y promover un equilibrio emocional.
2. Alivio del dolor: Muchas personas informan que el Reiki ayuda a aliviar el dolor físico y las molestias. Aunque no se considera un sustituto del tratamiento médico tradicional, puede ser utilizado como un complemento para ayudar a aliviar los síntomas y promover la curación.
3. Equilibrio energético: El Reiki se basa en la idea de que el flujo de energía vital (Ki o Chi) en el cuerpo puede desequilibrarse, lo que puede contribuir a problemas de salud física o emocional. Al canalizar la energía a través de las manos, se cree que el Reiki ayuda a equilibrar y armonizar la energía, lo que puede promover la curación y el bienestar.
4. Mejora el estado de ánimo y la claridad mental: El Reiki puede ayudar a mejorar el estado de ánimo, reducir la depresión y promover la claridad mental. Al equilibrar la energía y promover un estado de relajación, el Reiki puede ayudar a calmar la mente y proporcionar una sensación de bienestar general.
5. Fortalecimiento del sistema inmunológico: Al reducir el estrés y promover la relajación, el Reiki puede ayudar a fortalecer el sistema inmunológico. Un sistema inmunológico saludable es fundamental para mantener una buena salud y prevenir enfermedades.

[Sonido que interrumpe]

Ante estos desafíos, apostar por mejorar las habilidades que todos tenemos para hacer reflexión y lograr un pensamiento crítico, son muy importantes para construirnos en una sociedad sana.

Consideramos indispensable que todo el público tenga acceso a la información que le beneficia, en formatos accesibles. Así, nació Psicoblindaje.

Seguro, te dejamos mucho en qué pensar.

Esperamos que hayas disfrutado tanto como nosotros el recorrido por este podcast, Psicoblindaje. Nosotros nos despedimos aquí.

Si te gustó, no dejes de hacérselo saber. Tu opinión es muy importante para nosotros.

¡Ayúdanos compartiendo esta información! Para que más escuches hagan el recorrido que hemos diseñado con mucho empeño. Déjanos ser una herramienta contra las noticias falsas y comparte con amigos y familiares.

No olvides seguirnos, aquí y en nuestras redes sociales. Déjanos tus comentarios, nos ayudas de esta manera a crear más contenido de divulgación.

Haznos llegar tus peticiones para la siguiente temporada.

Yo soy Susana, y grabando desde mi clóset, porque así es como se graban los mejores podcasts. Me despido de ti.

¡Hasta la próxima!

Cierre:

Recordar a la audiencia lo que está escuchando, quienes son los que hacen el podcast, el equipo y dónde lo pueden escuchar.

Psicoblindaje es un podcast de divulgación realizado con apoyo de los proyectos PAPIIT <IA302121> "Creencias Epistemológicas Específicas a Internet y su relación con la discriminación de noticias falsas en redes sociales" y <TA300123> "Andamios cognitivos: Aplicaciones contra la desinformación y las noticias falsas">

Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido relacionado, estamos en instagram, twitter, facebook y mastodon como @psicoblindaje

Guion: Susana

Correcciones: Pablo Abundiz

Edición y Producción: Ángel Luviano y Erandy Corona

Coordinador Editorial: Alejandro Juárez

Asesor, director y responsable de los proyectos de investigación: Dr. José Manuel Meza Cano

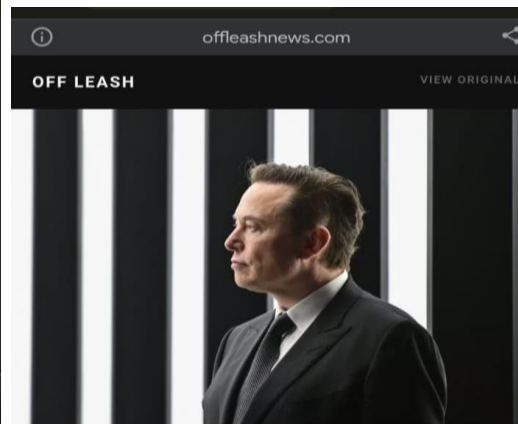
Voces: Por definir

Agradecemos la participación en este episodio de los investigadores: Por definir

Noticias abordadas en este episodio.

Difícil de creer que el tabaco sea responsable de dolores de espalda y de la deficiencia en la absorción de Calcio:

https://twitter.com/gorka_orive/status/1660892718883586049?s=20



Elon Musk Buys Uber, Will Relax Drunk Driving Policy

April 28, 2022 by J.S

<https://twitter.com/GURROLAPLUS/status/1663385159721164801?t=hjuy8jyHawKMyADkP20TQ&s=08>

<https://www.offleashnews.com/blog/elon-musk-buys-uber-will-relax-drunk-driving-policy>

https://twitter.com/gorka_orive/status/1660892718883586049?t=NxLTJmDbHYi0oCRWrRfHhq&s=08

Capítulos para escuchar

<https://podcasters.spotify.com/pod/show/psicoblindaje>