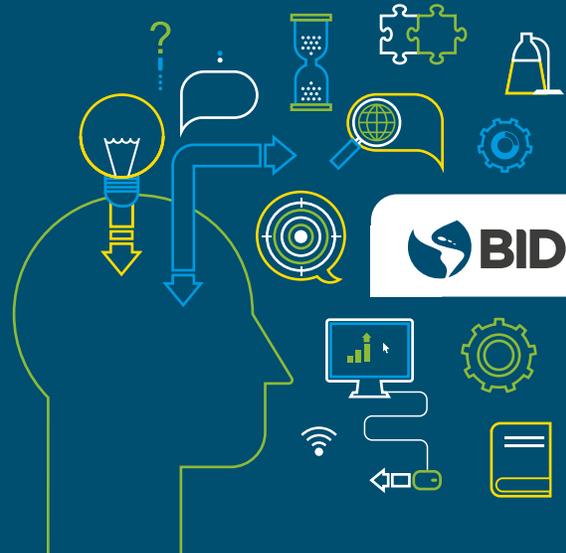


# ¿Cómo puede reducirse la desinformación usando un encuadre de confirmación en la verificación de hechos?

N.º 126 | Junio de 2024

Autores: Natalia Aruguete, Flavia Batista, Ernesto Calvo, Matías Güizzo Altube, Carlos Scartascini y Tiago Ventura



- ➔ Los encuadres de confirmación generan tasas de interacción en línea mayores que los encuadres de refutación.
- ➔ Los encuadres de confirmación también se asocian con menos emociones negativas y polarización afectiva, lo cual es vital en las intervenciones de las políticas focalizadas en la desinformación en materia de salud y discursos nocivos.
- ➔ Al reducir las emociones negativas y promover las positivas, los encuadres de confirmación podrían contribuir a generar un entorno más constructivo y menos polarizado en la red.



## CONTEXTO

En medio de la creciente preocupación por la desinformación en las redes sociales, hay poca investigación sobre qué motiva a los usuarios a compartir contenidos que verifican la veracidad de ciertos hechos (*fact-checking*). Esos contenidos influyen en el discernimiento ante la desinformación y motivan a los usuarios a actualizar sus creencias. Quienes verifican o comprueban la veracidad de hechos que se distribuyen por los medios pueden emplear dos estrategias diferentes de encuadre de la información: utilizar encuadres de confirmación que reemplacen la desinformación con información precisa, o publicar encuadres de refutación que advierten a los usuarios de las redes sociales acerca de contenidos etiquetados como desinformación. Las confirmaciones proporcionan a los usuarios contenidos factualmente correctos que pueden compartir, mientras que las refutaciones advierten a los usuarios de contenidos inexactos, engañosos o falsos como mecanismo para disminuir

su difusión. La efectividad de aumentar los contenidos “buenos” frente a reducir los “malos” todavía no ha sido analizado experimentalmente.



## PROYECTO

Los experimentos llevados a cabo en Argentina, Brasil, Chile y Colombia analizaron los efectos de los marcos de confirmación y refutación en publicaciones sobre la efectividad de las vacunas difundidas en Facebook con el fin de entender cómo las diferentes estrategias de encuadre tienen un impacto en la interacción de los usuarios con la información y sus respuestas emocionales. El experimento variaba los encuadres, etiquetas y contenidos (tipos de vacunas) para evaluar su impacto en la interacción (clics en *me gusta*, *compartir*, *comentar*) de los usuarios con las publicaciones en redes sociales e incluía variables de control para un análisis integral.



## RESULTADOS

En Argentina, Brasil, Chile y Colombia, los encuadres de confirmación generaron sistemáticamente más interacción que los encuadres de refutación. Por ejemplo, en Argentina, la interacción con los encuadres de confirmación (clics en *me gusta*, *compartir* o *comentar*) fue casi el doble de la de los marcos de refutación. Esta tendencia también se observó en Brasil, Chile y Colombia, donde los encuadres de confirmación motivaron significativamente más clics en *me gusta*, intercambios y comentarios. Uno de los motivos detrás de los resultados es que los distintos tipos de encuadres generan respuestas emocionales diferentes. Las personas expuestas a los encuadres de confirmación declararon tener emociones más positivas, como alegría y optimismo, mientras que aquellas expuestas a los encuadres de refutación experimentaron emociones más negativas, como rabia, rechazo y estrés. Estos resultados coincidieron en los cuatro países y pusieron de relieve el impacto significativo de los encuadres tanto en la interacción con los contenidos como en la respuesta emocional.

### Concepto clave

#### DESINFORMACIÓN



La desinformación es información incorrecta o engañosa.

Estos resultados subrayan la fuerte influencia del encuadre de confirmación en cómo aumentar la interacción de usuarios de redes sociales en la difusión de contenidos que verifican la veracidad de determinados hechos. La mayor interacción con la información en casos donde se utilizaron encuadres de confirmación sugiere que éstos son más efectivos para comunicar información factual y reducir la difusión de desinformación. La razón principal es a través del impacto emocional que tienen estos encuadres comparados con los de refutación, lo cual indica que los encuadres de confirmación pueden jugar un rol crucial a la hora de afectar las percepciones y actitudes públicas hacia asuntos tan importantes como la desinformación en materia de salud.



## IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

El aumento de la interacción con los encuadres de confirmación observados en el estudio sugiere que la utilización más frecuente de estos encuadres (en lugar de los de refutación) podría ampliar el impacto de las campañas de verificación de hechos que se difunden en redes sociales y medios de comunicación, y reducir la prevalencia de desinformación. Este enfoque podría ser particularmente efectivo en ámbitos cruciales como la desinformación relacionada con la salud. Además, dado que los efectos de los encuadres de confirmación y refutación son independientes de factores demográficos, partidistas y relacionados con la salud, esos encuadres se pueden aplicar para comunicar con una diversidad de públicos. La elección inteligente de estrategias editoriales podría así contribuir a un discurso público más fundamentado.

Las respuestas emocionales motivadas por encuadres diferentes también tienen implicaciones para las políticas. La capacidad de los encuadres de confirmación para generar reacciones emocionales positivas podría aprovecharse para contrarrestar la polarización afectiva a menudo asociada con la desinformación. Al reducir las emociones negativas y promover las positivas, los encuadres de confirmación podrían contribuir a crear un entorno más constructivo y menos polarizado en la red. **Estas conclusiones proporcionan una valiosa orientación para los verificadores de hechos y los responsables de las políticas en el diseño de estrategias efectivas para luchar contra la desinformación y promover el diálogo público.**

### Concepto clave

#### VERIFICACIÓN DE HECHOS



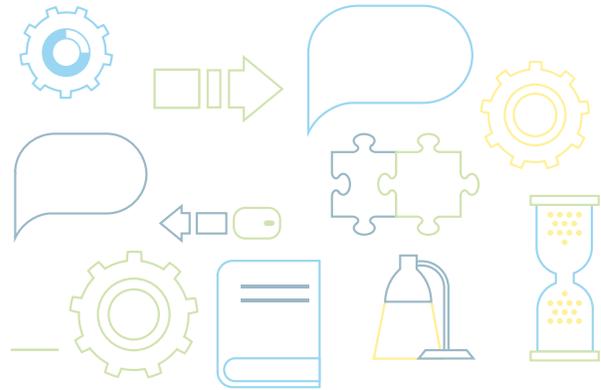
El proceso de verificar la exactitud factual de publicaciones y declaraciones cuestionadas.



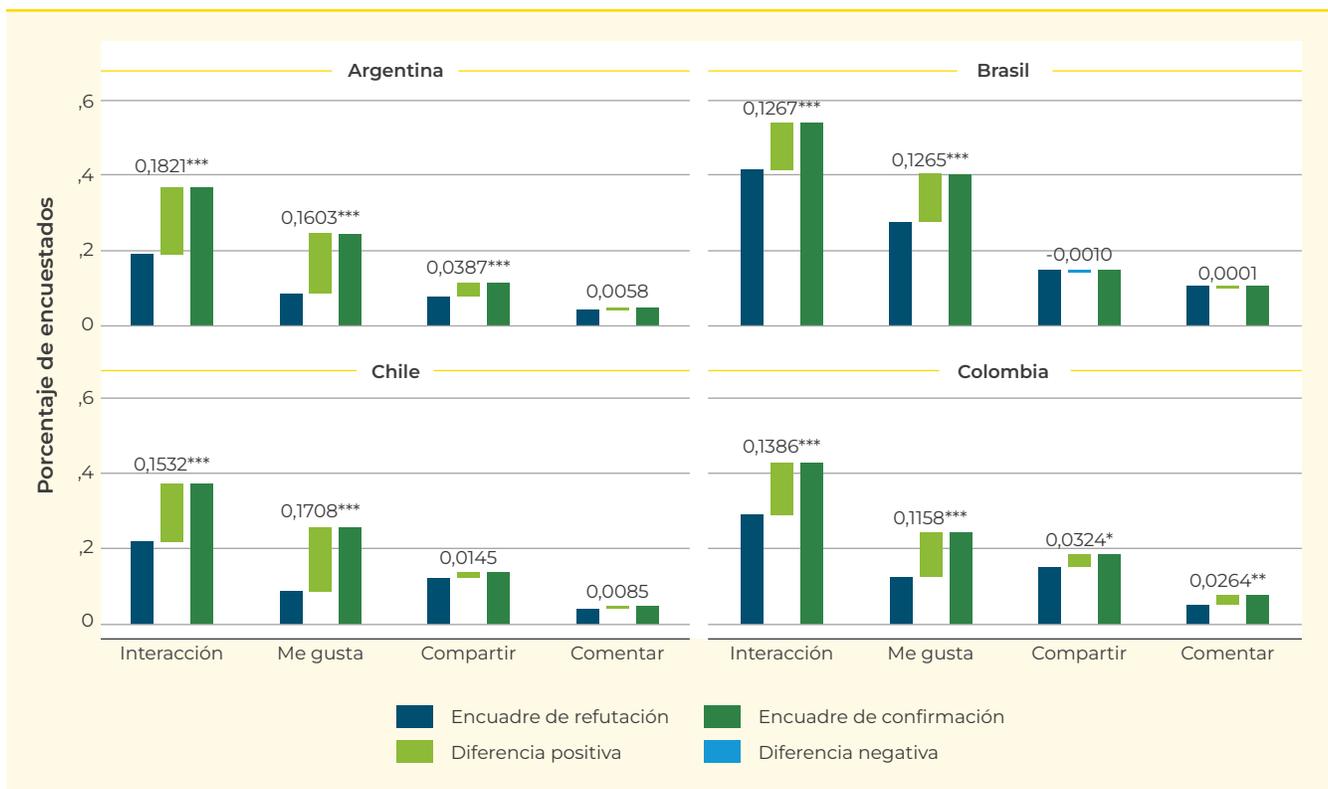
Concepto clave

**ENCUADRES**

En economía del comportamiento, un encuadre es la modalidad bajo la cual se presenta la información a las personas, y que influye en sus percepciones, opciones y decisiones.



**GRÁFICO 1. Encuadres positivos y negativos e interacción**



Notas: Este gráfico muestra los resultados de la regresión de cuatro países en *me gusta*, *compartir* y *comentar*. Un trío de barras representa cada variable dependiente: la primera barra roja muestra el resultado en el encuadre de refutación, mientras que las tres barras verdes presentan el resultado en el encuadre de confirmación. La barra del medio muestra la diferencia entre los encuadres de refutación y confirmación. Un verde claro indica una diferencia positiva (los marcos de confirmación motivan más participación que la refutación) y un rojo claro indica una diferencia negativa. \*\*\* p < \$ 0.01, \*\* p < \$ 0.05, \* p < \$ 0.1.

**ESTUDIO COMPLETO**

**Aruguete, Natalia, Flavia Batista, Ernesto Calvo, Matías Güizzo Altube, Carlos Scartascini y Tiago Ventura. 2023. "Reducing Misinformation: The Role of Confirmation Frames in Fact-Checking Interventions." Documento de trabajo del BID No. 1363. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo.**

