

Vulnerabilidad a la desinformación en entornos digitales: perfiles ciudadanos, memoria y confianza

Teresa Mata López (Universidad Complutense de Madrid)

Rosa M. Navarrete (Universidad Autónoma de Madrid)

¿Por qué algunos ciudadanos son más vulnerables a la desinformación que otros? Este artículo investiga los factores individuales que explican la susceptibilidad de los ciudadanos a creer y recordar noticias falsas. El estudio analiza por qué algunas personas son más vulnerables que otras a la desinformación, centrando la atención en el papel del consumo mediático, las actitudes políticas y la confianza en diferentes fuentes de información, tres dimensiones que la literatura apunta como claves. Metodológicamente, la investigación emplea un diseño de encuesta panel de dos oleadas en España que incorpora un experimento de exposición a noticias con variaciones en su veracidad y tono. A nivel teórico, el trabajo se fundamenta en la literatura sobre desinformación, polarización y populismo para examinar de qué manera influyen en la detección de bulos variables como el consumo político en redes sociales, la desconfianza institucional, las actitudes populistas y la sobreconfianza en la propia capacidad de discernimiento. La principal contribución de este artículo radica en integrar la exposición experimental con la medición longitudinal del recuerdo. De este modo, se avanza en la comprensión de los mecanismos individuales que explican la vulnerabilidad de la ciudadanía frente a la desinformación en los contextos democráticos actuales. Los resultados muestran que el consumo de información política en redes sociales no se asocia significativamente con la creencia inmediata ni con el recuerdo posterior. En cambio, las actitudes antidemocráticas se asocian con una mayor creencia inmediata, mientras que la confianza institucional y la desconfianza política presentan patrones contrarios a los esperados.

En cuanto a la persistencia, ninguna de las variables estudiadas resulta significativa y parece responder, más que a perfiles actitudinales estables, a un proceso general de desvanecimiento del recuerdo

Palabras clave: desinformación; vulnerabilidad; redes sociales; confianza; populismo; memoria

***Este artículo es un work in progress preparado para el XVIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración (Granada, 9-11 de septiembre de 2026).
Por favor, no citar ni distribuir sin el permiso previo de las autoras***

1. Introducción

En 1998, un estudio publicado en *The Lancet* alimentó la idea de que las vacunas podían causar autismo. Aunque el artículo ha sido desacreditado, fue retirado y numerosos estudios han descartado cualquier asociación entre vacunas y autismo¹, hay muchas personas que mantienen esa creencia. En 2025, el propio presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, volvió a vincular públicamente vacunas con autismo². Este caso muestra que los efectos de la información falsa pueden persistir más allá de su refutación.

A diferencia de la “*Misinformation*” (información errónea), entendida como la difusión de información inexacta de forma de no deliberada, la “*Disinformation*” (desinformación) implica la intencionalidad de engañar (Barfar, 2009:173; Hameleers et al., 2022:238; Hameleers, 2024: 1250-1251; Kalsoon, 2025:5471; Olenberger et al., 2021:2; Pennycook y Rand, 2021: 388, Tandoc et al., 2017; Scheibenzuber et al., 2023: 1). Aunque ninguna de las dos es un fenómeno nuevo, en las últimas décadas la preocupación por la segunda se ha incrementado considerablemente. Muchos trabajos mencionan 2016 como punto de inflexión. Se hace referencia a las elecciones presidenciales de EEUU, pero también al Brexit (Egelhofer et al., 2022: 622; Pennycook y Rand, 2021: 388; Ognyanova et al., 2020:2; Sindermann et al., 2021), incluso a la crisis de refugiados (Jost et al., 2020:1). Otros señalan a la pandemia de Covid 19 y la desinformación generalizada en redes sociales sobre esta (Pennycook y Rand, 2021)³

El uso masivo de internet, los avances en la digitalización y la generalización de las redes sociales (también como fuente de información), han generado un entorno en el que los costes de producir y distribuir noticias (verdaderas o falsas) son prácticamente cero. Los avances tecnológicos, la falta de controles —desaparecen los “guardianes” (*gatekeepers*) propios de los medios tradicionales—, el anonimato y la facilidad para la difusión lo convierten en un medio perfecto para la proliferación de noticias falsas (García-Borrego y Casero-Ripollés, 2022; 789-790; Jost et al., 2020; Ping Yu 2021:233). Esto ha llevado a algunos autores a hablar del paso a la era de la “post verdad” (Lewandowsky et al., 2012), donde los llamamientos emocionales e ideológicos influyen más en la formación de la opinión pública que los hechos objetivos (Barfar, 2019:173)

¹ The Editors of *The Lancet*. (2010). Retraction—Ileal-lymphoid-nodular hyperplasia, non-specific colitis, and pervasive developmental disorder in children. *The Lancet*, 375(9713), 445. DOI: 10.1016/S0140-6736(10)60175-4

² Ver <https://www.reuters.com/business/healthcare-pharmaceuticals/trump-expected-link-autism-with-tylenol-experts-say-more-research-needed-2025-09-22/>

³ La OMS alertó sobre el surgimiento de una “infodemia” en referencia a la propagación de información falsa tanto en relación con el origen de la enfermedad como con las medidas para combatirla y los riesgos para la salud que esto supuso (García-Borrego y Casero-Ripollés, 2022:789; Kalsoon, 2025: 5471; Tandoc y Kim, 2023:1174).

La desinformación no solo confunde, sino que socava los cimientos de la democracia al impedir que los ciudadanos accedan a hechos reales para construir sus preferencias políticas (Thorson, 2016; Yu 2020:234). La desinformación daña la confianza pública en las instituciones políticas (Lazer et al., 2018 y Scheibenzuber et al., 2023), especialmente en el sistema judicial y el legislativo (Ognyanova et al., 2020). También deslegitima a los medios de comunicación tradicionales y a otras fuentes de autoridad como los científicos y las autoridades sanitarias (Egelhofer et al., 2022 y Kalsoon 2025). El acceso a una información veraz y de calidad es vital en democracia, es lo que permite que los ciudadanos puedan decidir y participar en los asuntos públicos (Kuklinski et al., 2000; Tandoc y Kim; 2023:1175). En este sentido los medios de comunicación cumplen la función de transmitir esta información que permita a los ciudadanos ser libres y autónomos, pero esto no sirve si el público pierde la confianza en ellos (Strömbäck et al., 2020:139). La desconfianza y el cinismo pueden llevar a la apatía y a la falta de participación política (Ognyanova et al., 2020:3) convirtiéndose en problemas añadidos para el correcto funcionamiento de los sistemas democráticos.

Por otro lado, la desinformación se utiliza como un "arma" en campañas políticas para dirigir la opinión pública, pudiendo influir directamente en las decisiones de voto y en los resultados electorales (Kalsoon, 2025:5473; Ognyanova et al., 2020; Sindermann et al., 2020a:44;). Algunos autores mencionan que los ciudadanos desconfiados tienen mayores probabilidades de votar por candidatos populistas (Hooghe, 2018; Zimmermann y Kohring, 2020). Otros trabajos apuntan a un fomento de la polarización y el conflicto social fruto de la exacerbación de las divisiones partidistas y la radicalización del discurso que podría llegar a poner en riesgo la estabilidad democrática (Barfar, 2019: 174 y 178; Egelhofer et al., 2022; Ognyanova et al. 2020:3; Pennycook y Rand, 2021: 388 y 395; Van Prooijen et al., 2022:1062).

Junto con la relevancia que ha ido cobrando la difusión de la desinformación política y sus posibles efectos para los sistemas democráticos, encontramos también una creciente cantidad de literatura en psicología, economía, comunicación y ciencias políticas sobre este tema (Egelhofer et al., 2022:619; Jost et al., 2020:1; Sindermann et al., 2020a:44). Muchos de estos trabajos han apuntado que existen diferencias individuales a la hora de otorgar veracidad a las noticias falsas (Egelhofer 619; Pennycook & Rand, 2019 y 2020; Sindermann et al., 2020a:44), y que para mejorar nuestra comprensión sobre el potencial de estas amenazas es crucial identificar qué factores condicionan la vulnerabilidad a esta desinformación (Sindermann et al., 2021:1; Yu, 2020:234). Un trabajo reciente sobre Alemania refuerza la relevancia de esta cuestión: la susceptibilidad a la desinformación se asocia con una valoración más negativa de distintas dimensiones de la democracia, mientras que el papel del uso de redes sociales como fuente de

información política resulta más limitado una vez se tiene en cuenta esa susceptibilidad (Navarrete y Eder, 2026).

En línea con esto, el objetivo de este trabajo es identificar algunos de los condicionantes individuales que explican la susceptibilidad a creer y recordar noticias falsas poniendo el foco en el papel del consumo mediático, las actitudes políticas y la confianza en distintas fuentes de información. Las tres dimensiones que investigaciones previas señalan como claves en el condicionamiento de la vulnerabilidad a la desinformación. Partiendo de esta literatura ~~sobre desinformación~~, y gracias a la encuesta panel del proyecto NOFAPODE (PID2022-139755NB-I00), se pretende comprobar si el consumo de información a través de redes sociales, la desconfianza en los medios de comunicación tradicionales, las actitudes populistas y la sobreconfianza en la propia capacidad para detectar noticias falsas, se traducen en una mayor vulnerabilidad a la desinformación. Los resultados muestran un patrón más complejo que el anticipado: el consumo de información política en redes sociales no presenta una asociación significativa; las actitudes antidemocráticas se vinculan con una mayor creencia inmediata, mientras que la confianza y la desconfianza política operan en sentido contrario al esperado; y ninguno de los predictores principales incluidos en el modelo integrador se mantiene significativo en el recuerdo dos semanas después. Esto podría estar indicando que la persistencia del error estaría relacionada con el desvanecimiento del recuerdo más que con perfiles actitudinales estables.

En la siguiente sección se repasan los antecedentes teóricos y se plantean las hipótesis de la investigación. A continuación, en un apartado metodológico se presentan los datos empleados y el diseño de la investigación. Le siguen los resultados en que se aborda el funcionamiento de las manipulaciones experimentales y examina después, siguiendo el orden de las hipótesis, los factores asociados con la creencia inmediata y con el recuerdo persistente. Tras una nota metodológica sobre el interés político, el trabajo finaliza con las conclusiones de la investigación.

2. Marco teórico

Entre las propuestas teóricas para comprender por qué los seres humanos sucumben a la desinformación, una de las más influyentes es la teoría del sistema dual de Kahneman (2011). Esta divide el pensamiento en dos sistemas: el Sistema 1, rápido y automático, y el Sistema 2, lento y deliberativo. No se trata de una división entre emociones y procesos cognitivos, sino entre distintas formas de procesar la información (Barfar, 2019). El Sistema 1 se basa en la intuición, utiliza reglas simples o atajos mentales (heurísticas), mientras que el 2 es un proceso analítico que

analiza detalladamente la información. Varios trabajos han puesto de manifiesto que el pensamiento analítico (sistema 2) reduce la vulnerabilidad a la desinformación (Pennycook & Rand, 2019 y 2021:391; Lyons et al., 2021; Olenberger et al., 2026: 4 y 12; Sindermann et al., 2020a: 45 y 46; Van Prooijen et al., 2022: 1063-1064, entre otros).

Gran parte de esta literatura menciona también determinados sesgos a la hora de procesar la información. Uno de ellos es el sesgo de confirmación (*confirmation bias*). Este provoca que los individuos prefieran e interpreten la información que respalda sus creencias previas, ignorando o rechazando las pruebas que las contradicen, lo cual reduce drásticamente su capacidad de evaluación crítica y los hace más vulnerables a las noticias falsas (Hameleers et al., 1262-1263; Jost et al., 2020; Kalsoom, 2025:5471; Tandoc y Kim, 2023:1175). Otro sesgo es el razonamiento motivado (*motivated reasoning*), que hace referencia a la necesidad de evitar el malestar provocado por la disonancia cognitiva y nos lleva a interpretar la información acorde a los intereses personales o ideológicos. Esto nos hace nuevamente más vulnerables a la desinformación (Apuke y Omar, 2021; Hameleers et al., 2024; Van Prooijen et al., 2022:1076). Algunos autores ponen en cuestión estos sesgos. En su trabajo Pennycook y Rand (2019) concluyen que, en el caso de las noticias falsas, las personas caen en la desinformación principalmente por falta de razonamiento analítico, no porque utilicen el razonamiento para reforzar sus preferencias políticas. Las personas con puntuaciones más altas en pensamiento reflexivo distinguían mejor entre noticias verdaderas y falsas, incluso cuando los titulares coincidían con su ideología. Sindermann et al. (2020:45) también sostienen que el pensamiento analítico parece ser un factor de resistencia contra la desinformación, independientemente de la coherencia con las propias posturas políticas.

Junto con estos sesgos, las investigaciones en este campo también señalan el efecto que tiene la repetición. Describen lo que se conoce como efecto de “verdad ilusoria” (*illusory truth effect*). Según este la exposición repetida a una afirmación, incluso si es falsa, incrementa la sensación de veracidad percibida (Cato et al., 2021; Tandoc y Kim, 2023:115). Fazio et al., 2015 proponen el concepto de “negligencia del conocimiento” (*knowledge neglect*) según el cual las personas a veces no utilizan información correcta que ya poseen, sino que se apoyan en señales más rápidas y automáticas, como la familiaridad o la facilidad de procesamiento. Estos autores muestran que la repetición de afirmaciones falsas aumenta la percepción de veracidad incluso cuando las personas poseen el conocimiento correcto para refutarlas (Fazio et al., 2015:994)

En el contexto actual, donde internet y las redes sociales se han convertido en una de las principales fuentes de acceso a la información política (Yu, 2020:233; Olenberger et al., 2026) todos estos factores cobran especial relevancia. Varios trabajos han puesto de manifiesto que en

este ecosistema es mucho más frecuente el procesamiento intuitivo de la información (sistema 1) aumentando la vulnerabilidad a la desinformación (Kalsoom, 2025, Olenberger, 2026). En estos entornos se suele navegar con fines de entretenimiento (Yu, 2020:236), la información no se busca de forma intencionada, sino que se consume “hedónicamente” convirtiendo a los usuarios en receptores pasivos y "tacaños cognitivos" que aceptan la desinformación por mera inatención y el deseo de ahorrar energía mental (sistema 1) mientras se divierten en la plataforma (Olenberger, et al., 2026). Además el flujo constante de publicaciones en intervalos de tiempo muy breves, con algoritmos que priorizan contenidos de alto impacto emocional y la creación de cámaras de eco donde solo se muestra información alineada con las creencias previas del usuario (Scheibenzuber et al., 2023) refuerza fenómenos como el sesgo de confirmación, el razonamiento motivado o la verdad ilusoria, favoreciendo el procesamiento heurístico de la información sin motivación para reflexionar críticamente (Pennycook y Rand; 2021). Al mismo tiempo, la evidencia reciente sugiere que conviene distinguir el efecto del canal de información de la propensión individual a creer contenidos falsos. En su trabajo, Navarrete y Eder (2026) encuentran que la frecuencia de uso de las redes sociales para obtener información política no tiene una relación significativa con las actitudes democráticas. Al controlar el modelo por el nivel de credulidad de los sujetos frente a la desinformación, el canal o la fuente de información deja de ser estadísticamente relevante para explicar la legitimidad o el apoyo a la democracia, por lo que la verdadera amenaza no sería tanto el uso de redes sino la susceptibilidad individual de las personas a creer en la desinformación

Algunos trabajos señalan también que la confianza en los medios de comunicación tradicionales y el sistema político se relaciona negativamente con la susceptibilidad a la desinformación (Hameleers, 2024:238; Strömbäck et al., 2020; Zimmermann y Kohring, 2020). En un momento donde se produce una saturación por exceso de información, las personas tienden a recurrir a atajos basados en la fuente (*source heuristics*) para decidir qué creer. De esta forma, la credibilidad de la fuente acaba condicionando la percepción de veracidad de las noticias (Pennycook y Rand, 2021:393). En situaciones de desconfianza generalizada se iguala a la baja la credibilidad de todos los medios cayendo en un “escepticismo mediático”. En su estudio clásico Tsfaty y Cappella (2003) señalan que la desconfianza hacia los medios no reduce necesariamente el consumo informativo, sino que redirige a los ciudadanos escépticos hacia fuentes alternativas, frecuentemente menos sujetas a estándares editoriales y de verificación, lo que los expone en mayor medida a contenidos no contrastados. Trabajos posteriores confirman en parte este patrón, y añaden que la desconfianza en los medios tradicionales no sólo redirige hacia fuentes alternativas, en su mayoría digitales, sino que entraña otra serie de problemas que pueden afectar doblemente a la vulnerabilidad a la desinformación (Hameleers et al., 2002; Olenberger, et al., 2026; Zimmermann y Kohring, 2020).

En muchos casos estas fuentes alternativas a las que se recurre son redes sociales y blogs (Fletcher y Park, 2017). Son medios que no solo llevan asociados los problemas ya mencionados. Su aparición ha transformado drásticamente la industria de las noticias al abaratar sustancialmente los costes de producción y distribución de contenidos para grandes audiencias. Son entornos donde se debilita el papel de los periodistas como guardianes tradicionales de la información (*gatekeepers*)⁴ y se favorece un "periodismo amarillo" sin filtros editoriales, que en muchas ocasiones es usado con fines propagandísticos (Barafar, 2019:173-174; Olenberger, et al., 2026)⁵. Además, muchos de estos medios alternativos construyen su identidad desacreditando a la prensa tradicional (Hameleers et al., 2022:241; Strömbäck et al, 2020). Esto puede acabar provocando una espiral de desconfianza: cuanto más percibe la ciudadanía a los medios de comunicación (tradicionales) como deshonestos e inexactos, mayor es la probabilidad de que seleccionen contenido de fuentes que se adhieren menos a los estándares del periodismo verificado y objetivo, lo que a su vez podría intensificar la percepción de desinformación (Hameleers et al., 2022:238; Egelhofer y Lecheler, 2019; Ognyanova et al., 2020).

Junto con la confianza en los medios está la confianza en otras instituciones democráticas. Trabajos como el de Zimmermann y Kohring (2020:217-218 y 224) sostienen que la desconfianza política actúa como un predictor directo que incrementa de forma significativa la susceptibilidad a creer en la desinformación. Bajo el prisma del razonamiento motivado, los ciudadanos que albergan un profundo cinismo hacia los representantes públicos e instituciones del Estado tienden a buscar y aceptar con mayor facilidad narrativas que confirmen sus sospechas preexistentes. Sindermann et al. (2021) muestran que los sujetos con niveles bajos de confianza en el sistema político, el sistema judicial y las instituciones públicas representativas en general son significativamente más vulnerables a la desinformación, pero en este caso no lo achacan a un razonamiento motivado –también descartan que se deba a la dieta informativa–, sino que se debe un sesgo en la formación de creencias. Al no reconocer legitimidad a las instituciones de referencia, aumenta la vulnerabilidad a asimilar afirmaciones falsas y a rechazar información verídica por considerarla manipulada. García-Borrego y Casero-Ripollés (2022:795-798) confirman como la desconfianza en los políticos incrementa la propensión a dar crédito a bulos y teorías conspirativas. Y como, por el contrario, la confianza en los científicos y expertos de la salud opera de forma inversa como un potente factor de protección ante el engaño. Aunque estos

⁴ En los entornos de comunicación tradicionales los periodistas asumen el papel de *gatekeepers* para mantener el rigor y la calidad informativa. Las redes sociales permiten difundir información sin adherirse a principios periodísticos ni contar con ningún tipo de supervisión o filtro editorial, derivando en la circulación de enormes volúmenes de datos no verificados y potencialmente engañosos (Olenberger, et al., 2026)

⁵ Se estima que el volumen de desinformación política es mayor que el volumen de información política en línea (Tucker et al., 2018).

trabajos discrepan sobre cual es el sesgo que predomina en esta relación, en todos los casos lo que se esconde detrás es un procesamiento de la información a través de procesos heurísticos (sistema 1).

Por otro lado, la literatura también apunta que las actitudes populistas, las antidemocráticas y la polarización política incrementan la probabilidad de aceptar información incorrecta. Van Prooijen et al. (2022) introducen el término "credulidad populista" (*populist gullibility*) para describir la mayor propensión a aceptar como verdaderas afirmaciones epistémicas débiles, dudosas o que carecen de sustento empírico entre las personas con una fuerte mentalidad populista. Las actitudes populistas estructuran el mundo social de forma binaria y moral: el "pueblo puro" en lucha constante contra las "élites corruptas". Los autores sugieren que esta división dicotómica refleja una visión del mundo sumamente simplista, la cual suele estar reñida con la evaluación crítica de la información. Además, este público cae en la trampa de la sobreconfianza. Al reducir la complejidad del entorno a una narrativa de buenos contra malos, los ciudadanos populistas experimentan un exceso de confianza en la veracidad de sus propios conocimientos y juicios, y depositan una gran fe en la intuición (Sistema 1). Dado que además evalúan la información en función de su congruencia actitudinal, se convierten en un público más receptivo a las frecuentes acusaciones de desinformación que los políticos populistas dirigen contra los medios tradicionales⁶. Esto los lleva a refugiarse en medios alternativos hiperpartidistas, en redes sociales sin filtros periodísticos profesionales, aumentando su exposición y susceptibilidad a la manipulación (Egelhofer et al., 2022:619-620; Hamerless et al., 2022).

Las actitudes antidemocráticas potenciarían también sus efectos vía sesgos en el procesamiento de la información y vía la dieta informativa. En estos casos, que suelen caracterizarse también por una baja confianza en las instituciones democráticas, no sólo operarían los sesgos ya mencionados para los niveles altos de desconfianza institucional (Humprecht, 2025); la congruencia política preexistente también juega un papel importante. Estos perfiles, que suelen asociarse con el conservadurismo, la simpatía por partidos de derecha y los prejuicios hacia minorías o inmigrantes, tenderían a sobrevalorar la precisión de las noticias (tanto verdaderas como falsas) que son consistentes con estas actitudes (Sindermann et al., 2021). A esto se le une que parte de la literatura apunta que este autoritarismo se correlaciona con un menor número de fuentes

⁶ Una de las estrategias del populismo es promover una desconfianza estructural hacia las instituciones, incluidos los medios de comunicación tradicionales, consideradas parte de la élite. Se les acusa de ignorar la verdad del "pueblo" y manipular la información de manera intencionada (Egelhofer et al., 2022: 620 y 629)

informativas lo que acaba potenciando las cámaras de eco (Sindermann et al., 2020b) que potenciarían estos efectos⁷.

Por su parte, la polarización geográfica y sociopolítica también ha recluido a los ciudadanos en estas burbujas homogéneas (cámaras de eco) reduciendo significativamente las oportunidades para la interacción política cruzada con puntos de vista disonantes. Todo esto acaba favoreciendo una polarización afectiva (el rechazo u odio hacia el adversario político), fomentando además la exposición selectiva y los sesgos de confirmación y deseabilidad (Lazer et al., 2018: 1095-1096). En su trabajo, Jenke (2024) sostiene que los sentimientos hostiles hacia el partido rival parecen activar procesos inconscientes de "*hot cognition*", por los que los conceptos políticos quedan indisolublemente ligados a una carga emocional en nuestra memoria. Al activarse las emociones de forma inmediata, las personas procesan la información de manera sesgada (mediante razonamiento motivado): tienden a aceptar sin cuestionar la información que favorece a su propio partido (sesgo de confirmación) y a buscar contraargumentos o rechazar con fuerza la información que beneficia al partido oponente (sesgo de desconfirmación). En este entorno polarizado, la desinformación se propaga con rapidez porque actúa como un aglutinador identitario.

Por último, la sobreconfianza a la que hemos hecho referencia antes no es un fenómeno exclusivo de las personas con actitudes populistas. En uno de sus trabajos, Kruger y Dunning (1999) plantean que la gente tiende a sobrevalorar sus habilidades en muchos ámbitos sociales e intelectuales. Sugieren que esta sobreestimación se produce, en parte, porque quienes carecen de habilidades en estos ámbitos sufren una doble carga: no solo llegan a conclusiones erróneas y toman decisiones desafortunadas, sino que su incompetencia les priva de la capacidad metacognitiva para darse cuenta de ello (1999:1121), es lo que se conoce como efecto Dunning-Kruger según el cual las personas con menor competencia en una tarea tienden a sobrestimar sistemáticamente su propio desempeño. La evidencia empírica más directa proviene de Lyons et al. (2021), quienes, combinando tareas de discriminación entre noticias verdaderas y falsas con medidas de confianza subjetiva, muestran que la sobreconfianza —definida como la discrepancia entre la confianza declarada y el desempeño real— está asociada de forma robusta con una menor capacidad de discernimiento informativo (*news discernment*), con una mayor disposición a visitar webs poco fiables, y con una mayor propensión a compartir noticias falsas, especialmente cuando son políticamente afines. Un patrón que además resulta más pronunciado entre quienes consumen más información a través de redes sociales.

⁷ Trabajos posteriores como el de Humprecht (2025) vinculan el descontento político generalizado con visiones populistas y antidemocráticas y relacionan estos valores autoritarios con una mayor voluntad de difundir desinformación

La revisión de esta literatura revela que la vulnerabilidad a la desinformación depende de la interacción de tres dimensiones: el entorno informativo, las actitudes políticas y el procesamiento cognitivo individual. En primer lugar, la sobrecarga informativa en redes sociales propicia la fatiga y la evitación de noticias reales, facilitando que los bulos repetidos se acepten por familiaridad y fluidez cognitiva mediante el procesamiento intuitivo del Sistema 1. En segundo lugar, la pérdida de confianza en la prensa tradicional debilita su autoridad fáctica como árbitro de la verdad, mientras que las actitudes populistas activan una fuerte desconfianza institucional y una fe en la intuición que favorecen la credulidad ante afirmaciones sin pruebas. Por último, esta vulnerabilidad se ve reforzada a nivel metacognitivo por el efecto Dunning-Kruger: los individuos con menor capacidad real para detectar noticias falsas muestran una marcada sobreconfianza en su propio criterio, lo que reduce su alerta y su motivación para activar el pensamiento analítico del Sistema 2. A partir de la articulación de estas tres vertientes, esta investigación plantea las siguientes hipótesis de trabajo:

H1: Un mayor consumo de información política a través de redes sociales incrementa la probabilidad de aceptar inmediatamente o recordar posteriormente contenidos falsos como veraces.

H2: La desconfianza en los medios tradicionales y en las instituciones se asocia con una mayor vulnerabilidad a la desinformación

H3: Las actitudes populistas y antidemocráticas, junto con los niveles elevados de desconfianza política, incrementan la probabilidad de aceptar información incorrecta.

H4: La sobreconfianza en la propia capacidad para detectar noticias falsas se asocia con mayores errores en la identificación de la veracidad del contenido

Estas hipótesis se evalúan en dos momentos del proceso de recepción de la desinformación: el juicio inmediato sobre la veracidad del contenido y su identificación dos semanas después. Esta distinción permite examinar si los factores individuales asociados con la aceptación inicial de una noticia falsa son también los que explican el recuerdo posterior de su veracidad.

3. Datos y métodos

Para evaluar las hipótesis anteriores y responder a los objetivos del estudio —identificar los factores individuales que explican la vulnerabilidad ciudadana a la desinformación y captar de forma diferenciada tanto sus efectos inmediatos como su persistencia en el tiempo—, el diseño combina un experimento de exposición a noticias, integrado en una encuesta panel de dos oleadas realizada en España ($N = 3.000$ en la Ola 1), con una estrategia de medición diferida del recuerdo del contenido y de la evaluación de su veracidad. La primera oleada incorpora un experimento de exposición a noticias con un diseño 2 (tono: positivo/negativo) $\times 2$ (veracidad: veraz/falsa),

cruzado con el tema de la noticia (inmigración vs. energía renovable). A estas condiciones se añaden un placebo —una noticia real sobre comportamiento animal, sin relación con los temas políticos de interés— y un grupo de control sin exposición a ninguna noticia. Cada participante fue asignado aleatoriamente a una de las diez condiciones experimentales. Dos semanas después se recontactó a un subconjunto de participantes para la segunda oleada. Por diseño del estudio, la reposición se limitó a los cuatro grupos de inmigración, el grupo placebo y el grupo de control; el tema de energía renovable no fue objeto de recontacto. Esta asimetría delimita el alcance de los análisis: los relativos a la creencia inmediata —medidos íntegramente en la Ola 1— pueden utilizar los dos temas, mientras que los referidos a su persistencia —que requieren información de la Ola 2— quedan necesariamente circunscritos al tema de inmigración.

Dado que el cuestionario no incorpora un ítem explícito de atención, se construyó una variable proxy de cumplimiento a partir de la información disponible en la Ola 2. Se consideró no cumplidores a quienes, habiendo sido asignados a una condición experimental con exposición a una noticia real, declararon dos semanas después no haber leído ninguna noticia. Estos casos se excluyeron de los análisis de recuerdo persistente.

Construcción de las variables

Los índices compuestos empleados en el análisis se construyeron a partir de baterías de ítems administradas en la Ola 1. En todos los casos se comprobó su fiabilidad interna mediante el alfa de Cronbach.

Para la hipótesis H1 (*consumo mediático*) se construyeron dos indicadores de exposición a la información política a partir de la frecuencia declarada de uso de redes sociales y plataformas de vídeo (Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube, entre otras) y de aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Messenger, entre otras). Ambos ítems se codificaron en una escala de frecuencia, desde «nunca» a «varias veces al día».

Para la hipótesis H2 (*confianza*) se construyeron dos índices. El primero, confianza institucional, promedia la confianza declarada (escala 0-10) en seis instituciones nucleares del sistema democrático español: los partidos políticos, el Gobierno nacional, el Gobierno autonómico, el Parlamento, el sistema judicial y la Unión Europea. El segundo, confianza mediática, promedia la confianza declarada en cuatro actores directamente vinculados a la producción y verificación de información política: los medios de comunicación, los periodistas, las agencias de verificación de noticias y las instituciones públicas. Estos ítems se seleccionaron de una batería más amplia que incluía también la confianza en la comunidad científica, los representantes políticos, los *influencers* y creadores de contenido digital, y el entorno cercano (amigos y familiares). Dado

que H2 se formula en términos de desconfianza, se mantiene su dirección original (de menos a más confianza).

Para la hipótesis H3 (*populismo, actitudes antidemocráticas, y desconfianza política*) se construyeron cinco indicadores. Las actitudes populistas se midieron mediante dos ítems de acuerdo (escala Likert de 5 puntos) que recogen dos componentes nucleares del populismo señalados por la literatura: que las decisiones políticas importantes deberían corresponder al pueblo y no a los políticos, y la percepción de que la clase política antepone los intereses de las élites al interés general. Las actitudes antidemocráticas se construyeron a partir de seis de los ocho ítems de una batería sobre preferencias de gobernanza (escala Likert de 5 puntos), que recoge, entre otros contenidos, la preferencia por que las decisiones las tomen expertos independientes en lugar de representantes electos, el cuestionamiento del sufragio universal cuando una parte del electorado se considera mal informada, la disposición a que el Gobierno censure a medios especialmente críticos, la preferencia por un sistema de partido único y la preferencia por un liderazgo fuerte no sujeto al control del Parlamento ni de las elecciones. Se excluyeron dos ítems redactados en sentido pro-democrático —cuya correlación ítem-total corregida resultó próxima a cero o negativa dentro de una batería mayoritariamente autoritaria— tras confirmar por contenido que no compartían la dimensión sustantiva del resto de la escala. Se incorporó, además, como predictor adicional en este bloque de análisis, la percepción de corrupción política, medida mediante un único ítem en escala 0-10. La desconfianza política se definió como el complementario de la confianza declarada en los partidos políticos, de modo que valores más altos representan mayor desconfianza⁸. Por último, la polarización afectiva se calculó como la desviación típica de los termómetros de simpatía (escala 0-10, de «aversión o rechazo total» a «simpatía o afinidad total») declarados hacia seis formaciones con representación en el sistema de partidos español (PSOE, PP, Sumar, Vox, Unidas Podemos y Se Acabó la Fiesta). Valores más altos reflejan, por tanto, evaluaciones más dispares entre partidos, es decir, una ciudadanía afectivamente más polarizada.

⁸ La confianza en los partidos políticos —uno de los seis ítems que integran el índice de confianza institucional (H2), del que constituye una sexta parte— es también, invertida (10 menos su puntuación), la totalidad del indicador de desconfianza política (H3): a diferencia de confianza institucional, que agrega seis ítems de naturaleza diversa (partidos, Gobierno nacional, Gobierno autonómico, Parlamento, sistema judicial y Unión Europea), desconfianza política no es un índice compuesto, sino la transformación de ese único ítem. El solapamiento es, por tanto, deliberado y asimétrico: desconfianza política aísla específicamente el rechazo al sistema de partidos —la dimensión que la literatura sobre populismo vincula más directamente con el rechazo a la clase política representativa—, mientras que confianza institucional capta una disposición de confianza generalizada hacia instituciones de naturaleza muy distinta, incluidas algunas, como el poder judicial o la Unión Europea, ajenas al sistema de partidos. Pese a ello, no introduce colinealidad en ninguna estimación reportada, porque ambas variables no se incluyen nunca como predictores en el mismo modelo: confianza institucional se emplea en el modelo específico de H2 y en el modelo integrador —donde representa a H2 junto con el predictor principal de cada una de las otras tres hipótesis—, mientras que desconfianza política se emplea exclusivamente en el modelo específico de H3.

Para la hipótesis H4 (*sobreconfianza*) se construyó un índice de sobreconfianza social como la diferencia entre dos ítems paralelos: la seguridad declarada por el propio encuestado en su capacidad para reconocer la desinformación o las noticias falsas y la confianza atribuida a la ciudadanía en general para hacer lo mismo, ambos medidos en una escala ordinal idéntica, de «nada» a «mucho». Los valores positivos indican que el individuo se percibe a sí mismo como más capaz que el conjunto de la ciudadanía para detectar contenido falso. Esta operacionalización capta una brecha de autopercepción relativa, pero no la discrepancia entre confianza subjetiva y desempeño objetivo descrita en el marco teórico como núcleo del efecto Dunning-Kruger; por ello, constituye una aproximación al mecanismo de sobreconfianza planteado en H4.

Como variables de control, presentes en la totalidad de los modelos, se incluyen la edad, el nivel educativo, el interés declarado por la política y la autoubicación ideológica en el eje izquierda-derecha (escala 0-10, en la que los valores más altos indican una autoubicación más próxima a la derecha).

Variables dependientes

Se emplearon dos variables dependientes que capturan momentos distintos del proceso de desinformación, en línea con el objetivo del estudio de distinguir los efectos inmediatos de su persistencia en el tiempo. La creencia errónea inmediata mide, entre quienes leyeron la versión falsa de la noticia en la Ola 1, si declararon inmediatamente después creer que el contenido era veraz. Al no requerir datos de la Ola 2, esta variable está disponible para la totalidad de la muestra asignada a la condición falsa en los dos temas del diseño.

El recuerdo erróneo persistente mide, dos semanas más tarde y sin volver a mostrar la noticia, si el participante identificó correctamente la veracidad de lo leído. Se definió de forma simétrica para ambas condiciones de veracidad, de manera que la condición experimental de veracidad se emplea como covariable explicativa en los modelos, en lugar de utilizarse como criterio de selección muestral, evitando así descartar sistemáticamente la mitad de la muestra. Se adoptó la decisión teórica de tratar las respuestas «no recuerdo el contenido» como una forma de vulnerabilidad a la desinformación, coherente con el objetivo de captar la persistencia del efecto en el tiempo, y únicamente se excluyeron quienes declararon no haber leído ninguna noticia. Como comprobación de robustez, los modelos principales se replicaron con una definición alternativa y más estricta de esta variable, que excluye directamente las respuestas de «no recuerdo» en lugar de recodificarlas como error.

Estrategia analítica

Para cada hipótesis se estimó un modelo de regresión logística binomial que incluye los predictores sustantivos correspondientes junto con los controles sociodemográficos. Además, para cada variable dependiente se especificó un modelo integrador que incorpora simultáneamente los predictores principales de las cuatro hipótesis —consumo de redes sociales, confianza institucional, actitudes populistas y antidemocráticas, y sobreconfianza social— junto con los controles. Esta especificación permite valorar el peso relativo de cada mecanismo cuando compiten entre sí. Los componentes secundarios de cada hipótesis —confianza mediática, desconfianza política, polarización afectiva, corrupción percibida y consumo de mensajería instantánea— se estiman en los modelos específicos de cada hipótesis, pero no en el modelo integrador. Los modelos de creencia inmediata incorporan, además, el tema de la noticia como control adicional; los de recuerdo persistente incluyen la condición de veracidad asignada.

La estrategia analítica se completa con dos comprobaciones de robustez adicionales. La primera contrasta la sensibilidad de los resultados a la especificación del modelo mediante versiones ponderadas por el diseño muestral y versiones con estructura de efectos aleatorios por grupo experimental. Con ello se comprueba que los resultados sustantivos no dependan de la ponderación aplicada ni de la agrupación inducida por el diseño experimental. La segunda es el análisis de sensibilidad ya descrito, que compara la definición amplia y la definición estricta del recuerdo persistente en función del tratamiento otorgado a las respuestas «no recuerdo el contenido».

Sobre esta base, la sección siguiente comprueba primero el funcionamiento de las manipulaciones experimentales y examina después, siguiendo el orden de las hipótesis, los factores asociados con la creencia inmediata y con el recuerdo persistente.

4. Resultados

4.1 Comprobación de la manipulación

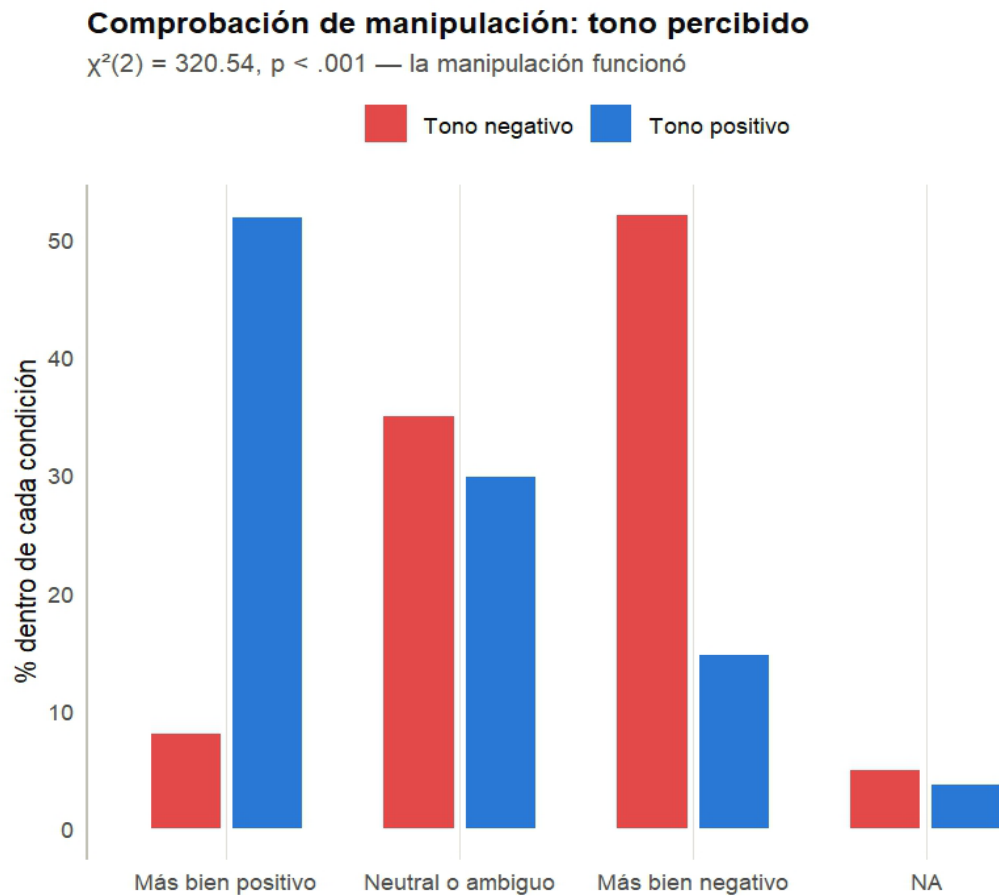


Figura 1. Comprobación de las manipulaciones experimentales

Las manipulaciones experimentales de tono y veracidad funcionaron según lo previsto. En el caso del tono, un contraste chi-cuadrado de independencia entre la condición asignada y el tono percibido resultó altamente significativo y con un tamaño de efecto grande ($\chi^2(2) = 320,54, p < ,001$; V de Cramér $\approx 0,5-0,6$). En la condición de tono positivo, el 51,8% de los participantes percibió la noticia como «más bien positiva», frente al 14,7% que la percibió como negativa. En la condición de tono negativo, el patrón se invierte: el 52% la consideró «más bien negativa», frente al 8% que la percibió como «más bien positiva».

Para la veracidad, un contraste de medias entre condiciones mostró que la creencia inmediata en el contenido era mayor en la condición veraz que en la falsa (media 3,54 frente a 3,24; $t = -4,24$; $p < ,001$), aunque con un tamaño de efecto más modesto (d de Cohen $\approx 0,25$) que el observado para el tono. Este patrón confirma que la manipulación de veracidad produjo diferencias perceptibles entre las condiciones, aunque más modestas que las observadas para el tono.

4.2 La desinformación no solo engaña: persiste

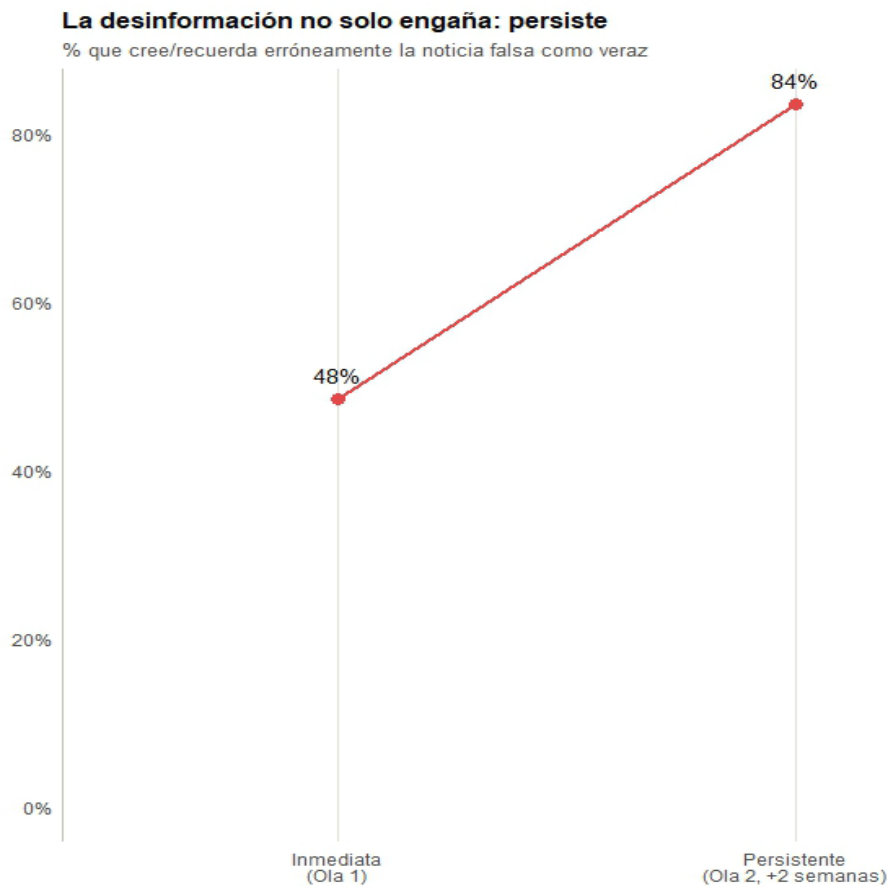


Figura 2. Persistencia de la desinformación tras dos semanas

Antes de examinar las hipótesis, conviene presentar el resultado más contundente del estudio, directamente vinculado con el objetivo de captar la persistencia de la desinformación en el tiempo. Entre quienes leyeron la noticia falsa, el 48% la creyó veraz en el momento de leerla. Dos semanas después, el 84% de quienes volvieron a participar en la Ola 2 no logró identificar correctamente que la noticia era falsa, ya fuera porque seguía creyéndola veraz o porque no recordaba su contenido en absoluto.

Esta segunda cifra debe interpretarse con precisión: no indica que el 84% siga creyendo la afirmación concreta, sino que el 84% no logra, dos semanas después y sin ayuda, rechazar con seguridad el contenido falso como tal. Además, ambas cifras proceden de medidas y muestras distintas: el 48% corresponde a la creencia inmediata entre quienes recibieron una noticia falsa en la Ola 1, mientras que el 84% se refiere al fallo de identificación en la muestra recontactada en la Ola 2, circunscrita al tema de inmigración, e incluye las respuestas «no recuerdo». Por ello, no deben leerse como una estimación directa del aumento individual de la creencia errónea. Con esta cautela, el contraste entre ambos momentos muestra que una proporción elevada de participantes no identifica correctamente el contenido falso dos semanas después de la exposición.

4.3 ¿Qué predice creer la desinformación en el momento de la exposición?

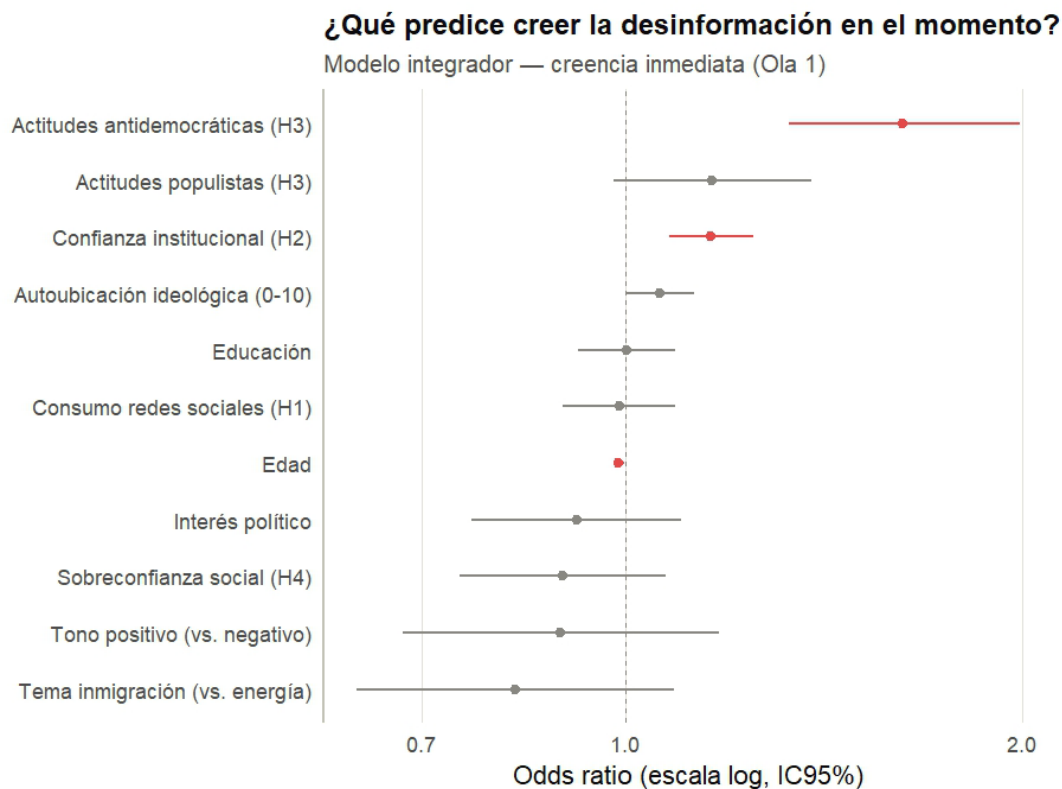


Figura 3. Odds ratios del modelo integrador. IC del 95%

H1 (consumo de información política en redes sociales). Ni el consumo de redes sociales (OR = 1,001, n.s.) ni el de aplicaciones de mensajería (OR = 0,995, n.s.) predicen la creencia inmediata en la desinformación, en una muestra ($N \approx 918-947$). Informarse con mayor frecuencia a través de redes sociales no incrementa, por sí solo, la vulnerabilidad a la desinformación en esta muestra. Los datos no permiten rechazar la hipótesis nula de ausencia de asociación, por lo que H1 no encuentra apoyo empírico.

H2 (confianza institucional y mediática). La confianza institucional no es significativa en su modelo específico (OR = 1,074, n.s.), pero la confianza mediática sí lo es (OR = 1,121, $p < ,05$), y en un sentido contrario al que plantea la literatura centrada en la desconfianza como fuente de vulnerabilidad: una mayor confianza en los medios se asocia con una probabilidad mayor, no menor, de creer la noticia falsa. En el modelo integrador, que no incluye la confianza mediática, es la confianza institucional la que emerge como significativa, en la misma dirección de riesgo. El patrón es consistente entre ambas operacionalizaciones: cuando la confianza resulta significativa, incrementa la vulnerabilidad, nunca la reduce. Es decir, aquellos que más confían en las instituciones tienen una mayor probabilidad de creer noticias falsas. En el caso de la confianza mediática, la teoría sostiene que niveles más altos de desconfianza llevan a un mayor consumo de medios alternativos donde la probabilidad de exposición a falsas noticias es mayor.

Al ser un experimento en que la exposición es provocada por igual independientemente del grado de confianza en los medios el efecto podría ser el contrario porque se este recurriendo a un atajo basado en la fuente (*source heuristics*). Al estar la noticia falsa presentada con el formato de una pieza periodística real, quienes confían más en los medios en general extienden esa confianza al contenido concreto sin cuestionar su procedencia, en una transferencia de credibilidad más que en un filtro protector.

En su formulación original —una menor confianza en medios e instituciones incrementa la vulnerabilidad—, H2 se rechaza: cuando el efecto de la confianza alcanza significación, opera en sentido inverso al hipotetizado.

H3 (actitudes populistas, antidemocráticas y desconfianza política). Las actitudes antidemocráticas predicen con fuerza la creencia inmediata en la dirección esperada ($OR = 1,633$, $p < ,001$), constituyendo uno de los resultados más nítidos de los modelos de creencia inmediata. La desconfianza política, sin embargo, muestra el patrón contrario y también altamente significativo ($OR = 0,875$, $p < ,001$): una mayor desconfianza en los partidos se asocia con una probabilidad menor de creer la noticia falsa. Las actitudes populistas ($OR = 1,140$, n.s.), la polarización afectiva ($OR = 0,965$, n.s.) y la corrupción percibida ($OR = 1,052$, n.s.) no muestran ningún efecto significativo. El resultado obliga a matizar H3 en lugar de aceptarla o rechazarla en bloque: el componente actitudinal-autoritario de la hipótesis se confirma con claridad, mientras que el mecanismo de la desconfianza política generalizada se invierte, posiblemente porque quien desconfía profundamente de la esfera política aplica ese mismo escepticismo a cualquier contenido con apariencia de noticia política, lo que en este caso protege en lugar de exponer (véase Figura 5).

H4 (sobreconfianza). La sobreconfianza social predice de forma significativa la creencia en la desinformación en su modelo específico ($OR = 0,798$, $p < ,01$), pero en sentido protector: una mayor sobreconfianza se asocia con menos errores, no con más. En el modelo integrador⁹, el efecto se atenúa hasta perder significación, lo que sugiere una menor robustez que la de las actitudes antidemocráticas o la confianza. Antes de interpretar este resultado como una refutación del mecanismo Dunning-Kruger que motiva H4, conviene señalar una limitación de medición: al tratarse de una diferencia de autopercepción —confianza propia menos confianza atribuida a los demás— sin ancla en una medida objetiva de acierto, que es justamente lo que el marco teórico de H4 exige para hablar de sobreconfianza mal calibrada, es posible que la variable esté captando una autopercepción de alfabetización mediática razonablemente calibrada y no una sobreconfianza en el sentido estricto del efecto Dunning-Kruger. En su formulación original, H4

⁹ Los modelos sencillos no resultaron significativos y por eso no se muestran en el texto principal.

se rechaza en el modelo específico —el efecto es significativo pero de signo contrario al hipotetizado— y no alcanza significación en el modelo integrador.

La edad es un predictor protector fuerte y consistente en los cuatro modelos (OR entre 0,983 y 0,991, $p < ,001$ en tres de cuatro). La autoubicación ideológica hacia la derecha se asocia con una mayor creencia en la desinformación en los modelos de H2 y H3 (OR = 1,061 y 1,060, $p < ,05$), un resultado coherente con que la noticia manipulada verse sobre inmigración. El tema de inmigración muestra, de forma marginal, menor creencia errónea que el tema de energía (OR entre 0,79 y 0,87).

4.4 ¿Qué predice recordar mal la desinformación dos semanas después?

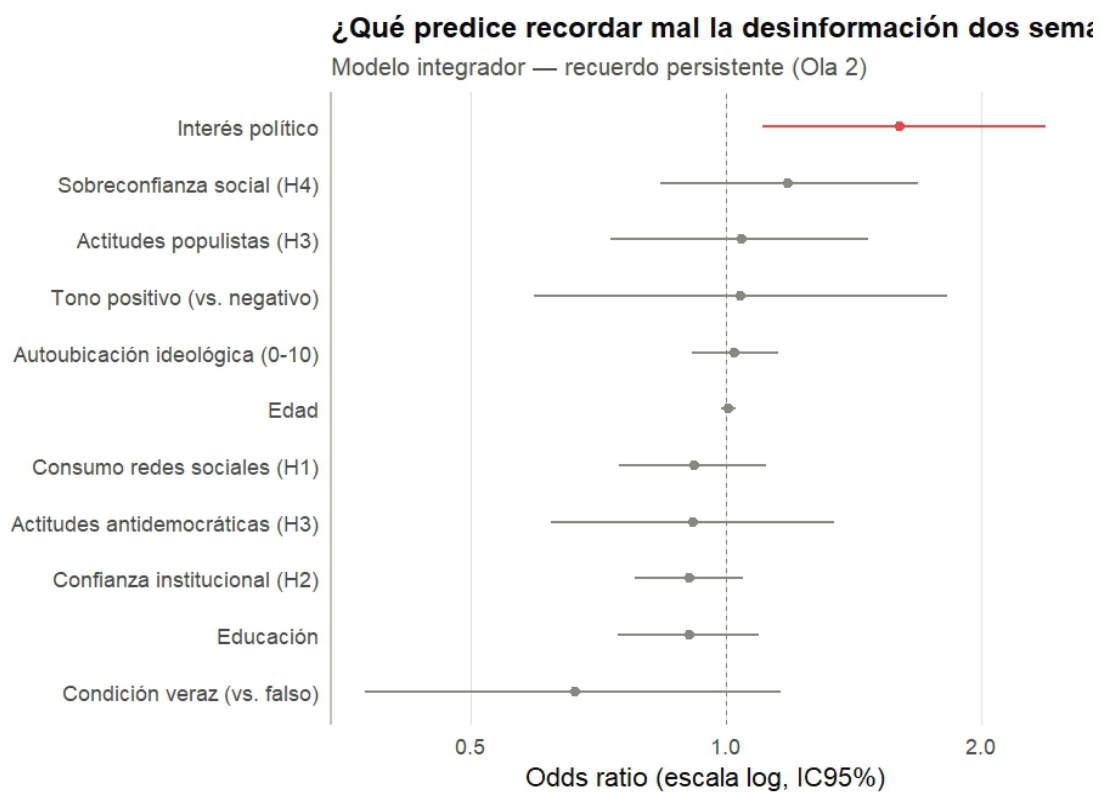


Figura 4. Predictores del recuerdo erróneo dos semanas después. Modelo integrador, Ola 2

El panorama cambia sustancialmente al pasar de la creencia inmediata al recuerdo persistente ($N = 305$). Ninguno de los predictores sustantivos de H1-H4 alcanza significación en el modelo integrador: el consumo de redes sociales (OR = 0,917), la confianza institucional (OR = 0,907), las actitudes populistas (OR = 1,044), las actitudes antidemocráticas (OR = 0,914) y la sobreconfianza social (OR = 1,182) son todos ellos no significativos. En consecuencia, ninguna de las cuatro hipótesis encuentra apoyo empírico cuando la variable dependiente es el recuerdo dos semanas después de la exposición: ni siquiera el componente de actitudes antidemocráticas, que sí predecía con fuerza la creencia inmediata, se sostiene a esta distancia temporal. La

condición de veracidad (veraz frente a falsa) muestra la dirección protectora esperada ($OR = 0,664$), aunque no alcanza significación convencional en esta especificación —sí lo hace, de forma más nítida, en el análisis de sensibilidad que excluye las respuestas «no recuerdo» (véase 4.6)—. El único predictor significativo del modelo es el interés por la política ($OR = 1,605$, $p < ,05$), cuya interpretación sustantiva requiere la matización metodológica que se desarrolla en el apartado 4.6.

En conjunto, estos resultados sugieren que los mecanismos que explican quién cree la desinformación en el momento de la exposición no son necesariamente los mismos que explican quién falla en identificarla correctamente dos semanas después. La persistencia del error parece responder, más que a perfiles actitudinales estables, a un proceso general de desvanecimiento del recuerdo que afecta de forma relativamente homogénea a los distintos perfiles ciudadanos considerados en el estudio.

4.5 H3 tiene dos caras: efectos marginales

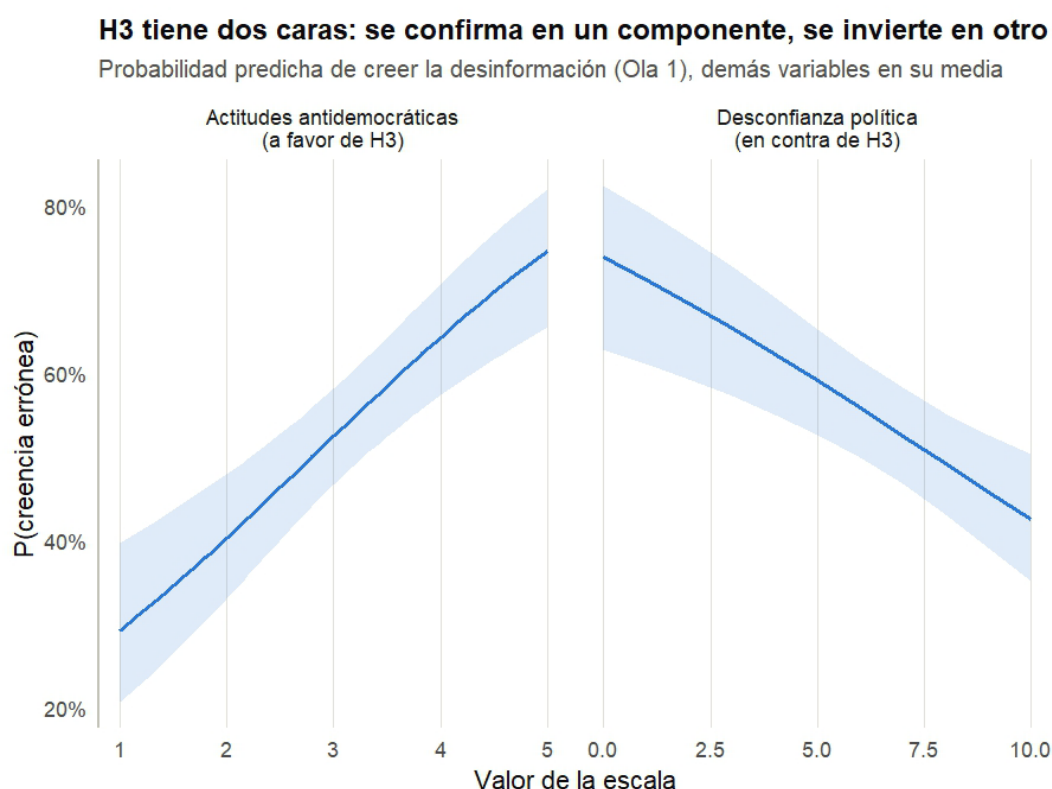


Figura 5. H3 tiene dos caras: efectos marginales de las actitudes antidemocráticas y la desconfianza política

La Figura 5 visualiza directamente el resultado dividido de H3 descrito en el apartado 4.3. La probabilidad predicha de creer la desinformación aumenta de forma pronunciada, de aproximadamente el 30% al 75%, a medida que se incrementan las actitudes antidemocráticas. En cambio, descende de forma igualmente pronunciada, de aproximadamente el 75% al 43%, a

medida que aumenta la desconfianza política. Ambas curvas parten de un nivel similar en su extremo inferior. El patrón observado es, por tanto, consistente con asociaciones de signo opuesto para las actitudes antidemocráticas y la desconfianza política dentro del bloque de variables asociado a H3.

4.6 Nota metodológica: el interés político no constituye un hallazgo robusto

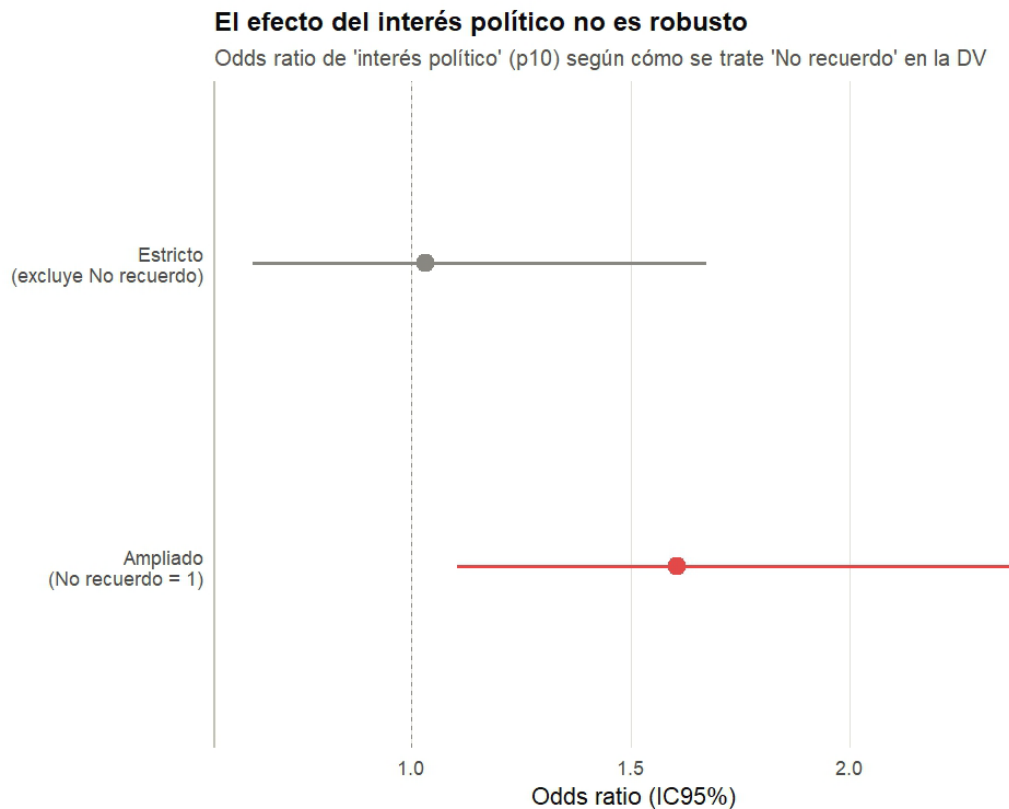


Figura 6. El efecto del interés político no es robusto: definición amplia frente a definición estricta

En una primera exploración de los modelos de persistencia, el interés por la política emergía como el predictor más fuerte del estudio ($OR = 1,605$, $p < ,05$). El análisis de sensibilidad mostró, sin embargo, que este efecto depende por completo de cómo se trata la respuesta «no recuerdo»: se atenúa casi por completo ($OR = 1,033$, n.s.) cuando estas respuestas se excluyen en lugar de recodificarse como error, y tampoco aparece en ninguno de los modelos de creencia inmediata, donde no existe esa ambigüedad de recuerdo. La lectura correcta no es que el interés político prediga la vulnerabilidad a la desinformación, sino que predice una mayor disposición a responder con seguridad, en lugar de admitir que no se recuerda el contenido dos semanas después de la exposición: un efecto de propensión a responder, no de mejor juicio sobre la veracidad. Este resultado se presenta explícitamente como una comprobación de robustez y no como un hallazgo sustantivo, en coherencia con la estrategia analítica descrita en la sección 3.

Estas diferencias entre la creencia inmediata y el recuerdo diferido constituyen el punto de partida para valorar, en las conclusiones, el alcance de las cuatro hipótesis y la contribución del estudio.

5. Conclusiones

Este estudio se preguntaba por qué algunos ciudadanos son más vulnerables a la desinformación que otros y si los mismos factores explican tanto la creencia inmediata como el recuerdo posterior. Para responder a esta cuestión se plantearon cuatro hipótesis sobre el consumo de información política en redes sociales (H1), la confianza institucional y mediática (H2), las actitudes populistas y antidemocráticas junto con la desconfianza y la polarización política (H3), y la sobreconfianza en la propia capacidad para detectar noticias falsas (H4). Entre quienes recibieron una noticia falsa, el 48% la creyó veraz inmediatamente después de la exposición; en la muestra recontactada dos semanas después, circunscrita al tema de inmigración, el 84% no identificó correctamente su falsedad o declaró no recordar el contenido. Dado que ambas cifras proceden de operacionalizaciones y muestras distintas, no representan una estimación directa de un aumento del error entre las dos oleadas. Sí muestran, no obstante, que la dificultad para identificar correctamente la desinformación permanece elevada cuando la medición se realiza de forma diferida.

De las cuatro hipótesis, H1 no encuentra apoyo en ninguna de las dos variables dependientes ni en ninguna de las dos mediciones temporales. H2 y H3 obtienen apoyo parcial que obliga a matizar la hipótesis original más que a aceptarla o rechazarla en bloque: la confianza — institucional y mediática— predice mayor vulnerabilidad, no menor, cuando resulta significativa, invirtiendo el sentido hipotetizado; y, dentro de H3, las actitudes antidemocráticas confirman con fuerza el mecanismo propuesto, mientras que la desconfianza política lo invierte. H4 obtiene un efecto significativo, pero de signo contrario al hipotetizado, acompañado de una limitación de medición que impide zanjar si refuta genuinamente el mecanismo Dunning-Kruger que la motiva o si, simplemente, no lo está midiendo con la precisión necesaria. En el recuerdo persistente medido dos semanas después ninguno de los efectos sustantivos de H1-H4 se sostiene, lo que sugiere que la persistencia del error de recuerdo responde a un proceso más general y menos dependiente del perfil actitudinal individual que la creencia inmediata.

Estos resultados apuntan, en conjunto, que los modelos que asumen una relación simple y unidireccional entre desconfianza o falta de sofisticación política, por un lado, y vulnerabilidad a la desinformación, por otro, resultan insuficientes para explicar los datos de esta muestra. Emerge, en su lugar, un patrón más complejo en el que la confianza generalizada —en medios e instituciones— puede operar como un canal de transferencia de credibilidad hacia contenido falso bien disfrazado, y en el que la desconfianza política, lejos de constituir un factor de riesgo, puede actuar como un escepticismo generalizado que protege frente a cualquier contenido con apariencia de noticia política, sea esta falsa o verdadera. Las actitudes antidemocráticas, por el contrario, sí

operan en la dirección que cabría esperar de la literatura sobre populismo y desinformación y constituyen, junto con la asimetría entre información veraz y falsa, el hallazgo sustantivo más sólido del estudio.

Como limitaciones del estudio cabe señalar, primero, que los modelos de recuerdo persistente trabajan con un tamaño muestral considerablemente menor que los de creencia inmediata ($N = 305$ frente a $N \approx 918-947$), al depender de la reposición de participantes en la Ola 2, lo que reduce la potencia disponible para detectar efectos de magnitud moderada específicamente en esa variable dependiente; y, segundo, que la operacionalización de la sobreconfianza (H4) no incorpora una medida objetiva de acierto en la identificación de noticias falsas, por lo que el resultado obtenido no permite distinguir entre una refutación genuina del mecanismo hipotetizado y una limitación de la medida empleada. La estrategia de robustez del estudio —modelos ponderados por el diseño muestral, modelos con estructura de efectos aleatorios por grupo experimental y el análisis de sensibilidad sobre la definición del recuerdo persistente— refuerza la confianza en que los resultados sustantivos aquí reportados no son un artefacto de la especificación elegida.

Bibliografía

- Apuke, O., & Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: Modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56, 101475. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>
- Barfar, A. (2019) 'Cognitive and affective responses to political disinformation in Facebook', *Computers in Human Behavior*, 101, pp. 173–179. doi: 10.1016/j.chb.2019.07.026.
- Brindha, D., Jayaseelan, R., & Kadeswaran, S. (2020). Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: A phenomenological study. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3596058>
- Egelhofer, J. L. y Lecheler, S. (2019) 'Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda', *Annals of the International Communication Association*, 43(2), pp. 97–116. doi: 10.1080/23808985.2019.1602782
- Egelhofer, J. L., Boyer, M., Lecheler, S. y Aaldering, L. (2022) 'Populist attitudes and politicians' disinformation accusations: effects on perceptions of media and politicians', *Journal of Communication*, 72(6), pp. 619–632. doi: 10.1093/joc/jqac031
- Fletcher, R. y Park, S. (2017) 'The impact of trust in the news media on online news consumption and participation', *Digital Journalism*, 5(10), pp. 1281–1299. doi: 10.1080/21670811.2017.1279979

- García-Borrego, M. y Casero-Ripollés, A. (2022) '¿Qué nos hace vulnerables frente las noticias falsas sobre la COVID-19? Una revisión crítica de los factores que condicionan la susceptibilidad a la desinformación', *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), pp. 789–801. doi: 10.5209/esmp.82881
- Jost, P. J., Pünder, J. y Schulze-Lohoff, I. (2020) 'Fake news - Does perception matter more than the truth?', *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 85, p. 101513. doi: 10.1016/j.socec.2020.101513
- Hameleers, M., Brosius, A. y de Vreese, C. H. (2022) 'Whom to trust? Media exposure patterns of citizens with perceptions of misinformation and disinformation related to the news media', *European Journal of Communication*, 37(3), pp. 237–268. doi: 10.1177/02673231211072667
- Hameleers, M. (2024) 'This is Clearly Fake! Mis- and Disinformation Beliefs and the (Accurate) Recognition of Pseudo-Information—Evidence From the United States and the Netherlands', *American Behavioral Scientist*, 68(10), pp. 1249–1268. doi: 10.1177/00027642231174334.
- Hooghe, M. (2018) 'Trust and Elections', en Uslaner, E. M. (ed.) *The Oxford Handbook of Social and Political Trust*. Oxford: Oxford University Press
- Humprecht, E. (2025). The Role of Trust and Attitudes toward Democracy in the Dissemination of Disinformation—a Comparative Analysis of Six Democracies. *Digital Journalism*, 13(5), 931–948. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2200196>
- Jenke, L. (2024). Affective Polarization and Misinformation Belief. *Political Behavior*, 46(3), 825–884. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09851-w>
- Kalsoon, A. (2025) 'The Psychology of Misinformation: How People Process Fake News on Social Media', *ACADEMIA International Journal for Social Sciences*, 4(3), pp. 5471–5480. doi: 10.63056/ACAD.004.03.0803.
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., Schwieder, D. y Rich, R. F. (2000) 'Misinformation and the currency of democratic citizenship', *The Journal of Politics*, 62(3), pp. 790–816
- Kruger, J. y Dunning, D. (1999) 'Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments', *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), pp. 1121–1134. doi: 10.1037/0022-3514.77.6.1121
- Lyons, B. A., Montgomery, J. M., Guess, A. M., Nyhan, B. y Reifler, J. (2021) 'Overconfidence in news judgments is associated with false news susceptibility', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(23), p. e2019527118. doi: 10.1073/pnas.2019527118.
- Navarrete, R. M. y Eder, C. (2026) 'Social Media, Misinformation, and Attitudes Towards Democracy in Germany During the Covid-19 Pandemic', *German Politics*, 35(1), pp. 99–120. doi: 10.1080/09644008.2024.2436852.

- Olenberger, C., Schoch, M. y Utz, L. (2026) 'The information processing of fake news: How intervention order influences perception over time', *Information & Management*, 63, p. 104256. doi: 10.1016/j.im.2025.104256.
- Ognyanova, K., Lazer, D., Robertson, R. E. y Wilson, C. (2020) 'Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power', *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1(4). doi: 10.37016/mr-2020-024
- Pennycook, G. y 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, pp. 39–50. doi: 10.1016/j.cognition.2018.06.011.
- Pennycook, G. y Rand, D. G. (2020) 'Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking', *Journal of Personality*, 88(2), pp. 185–200. doi: 10.1111/jopy.12476
- Pennycook, G. y Rand, D. G. (2021) 'The Psychology of Fake News', *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), pp. 388–402. doi: 10.1016/j.tics.2021.02.007.
- Scheibenzuber, C., Neagu, L. M., Ruseti, S., Artmann, B., Bartsch, C., Kubik, M., Dascalu, M., Trausan-Matu, S. y Nistor, N. (2023) 'Dialog in the echo chamber: Fake news framing predicts emotion, argumentation and dialogic social knowledge building in subsequent online discussions', *Computers in Human Behavior*, 140, p. 107587. doi: 10.1016/j.chb.2022.107587
- Sindermann, C., Cooper, A. y Montag, C. (2020a) 'A short review on susceptibility to falling for fake political news', *Current Opinion in Psychology*, 36, pp. 44–48. doi: 10.1016/j.copsyc.2020.03.014
- Sindermann, C., Elhai, J. D., Moshagen, M., & Montag, C. (2020b). Age, gender, personality, ideological attitudes and individual differences in a person's news spectrum: how many and who might be prone to “filter bubbles” and “echo chambers” online? *Heliyon*, 6(1), e03214
- Sindermann, C., Schmitt, H. S., Rozgonjuk, D., Elhai, J. D. y Montag, C. (2021) 'The evaluation of fake and true news: on the role of intelligence, personality, interpersonal trust, ideological attitudes, and news consumption', *Heliyon*, 7(3), p. e06503. doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e06503.
- Strömbäck, J., Tsifti, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R. y Lindholm, T. (2020) 'News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research', *Annals of the International Communication Association*, 44(2), pp. 139–156. doi: 10.1080/23808985.2020.1755338
- Tandoc E, Lim ZW and Ling R (2017) Defining “fake news:” A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism* 6(2): 137–153. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107587>

- Tandoc Jr, E. C. y Kim, H. K. (2023) 'Avoiding real news, believing in fake news? Investigating pathways from information overload to misbelief', *Journalism*, 24(6), pp. 1174–1192. doi: 10.1177/14648849221090744
- Thorson, E. (2016). Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460–480. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1102187>
- Tucker, J., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S. y Nyhan, B. (2018) *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. William and Flora Hewlett Foundation
- Zimmermann, F. y Kohring, M. (2020) 'Mistrust, disinforming news, and vote choice: a panel survey on the origins and consequences of believing disinformation in the 2017 German parliamentary election', *Political Communication*, 37(2), pp. 215–237. doi: 10.1080/10584609.2019.1686095
- Van Prooijen, J.-W., Cohen Rodrigues, T., Bunzel, C., Georgescu, O., Komáromy, D. y Krouwel, A. P. M. (2022) 'Populist Gullibility: Conspiracy Theories, News Credibility, Bullshit Receptivity, and Paranormal Belief', *Political Psychology*, 43(6), pp. 1061–1079. doi: 10.1111/pops.12802
- Yu, R. P. (2021) 'How Types of Facebook Users Approach News Verification in the Mobile Media Age: Insights from the Dual-Information-Processing Model', *Mass Communication and Society*, 24(2), pp. 233–258. doi: 10.1080/15205436.2020.1839104