

# Desinformación y población sénior: análisis del impacto de la verificación en España según género y nivel de estudios

Montse Morata-Santos

Universidad Complutense de Madrid

 0000-0001-8778-2137; momorata@ucm.es

Txema Egaña

Aitor Zuberogoitia

Mondragon Unibertsitatea

 0000-0002-3859-5279; tegana@mondragon.edu

 0000-0001-6131-8248; azuberogoitia@mondragon.edu

Júlia Vilasís-Pamos

Universitat Pompeu Fabra

 0000-0002-2060-4544; julia.vilasis@upf.edu



© de los autores

Fecha de presentación: octubre de 2024

Fecha de aceptación: julio de 2025

Fecha de publicación: julio de 2025

**Cita recomendada:** MORATA-SANTOS, M.; EGAÑA, T.; ZUBEROGOITIA, A. y VILASÍS-PAMOS, J. (2025). «Desinformación y población sénior: análisis del impacto de la verificación en España según género y nivel de estudios». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 72, 185-202. <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3790>>

## Resumen

El fenómeno de la desinformación afecta de manera significativa a la población sénior, un grupo demográfico que a menudo muestra mayores niveles de vulnerabilidad ante noticias falsas. Este estudio explora la incidencia de la verificación como herramienta para mitigar la desinformación entre las personas mayores con especial atención a las variables de género y nivel educativo de forma independiente. Se han analizado las respuestas a diferentes tipos de noticias mediante un diseño experimental con tres grupos simétricos equilibrados en términos de género, edad y distribución geográfica. Un grupo recibió cuatro noticias sin verificar, otro grupo recibió cuatro noticias verificadas correctamente y el tercer grupo recibió cuatro noticias con verificación incorrecta. Los resultados sugieren que tanto el género como el nivel educativo de los participantes afectan a la recepción y aceptación de la información. Según los datos obtenidos, la verificación tiene mayores efectos en las mujeres que en los hombres, así como en la población sénior con niveles de estudios medios o bajos. Las mujeres presentan mayores dosis de desconocimiento de las

plataformas de verificación junto a un consumo informativo menor que el de los hombres. Los datos también indican que el consumo de información entre la población sénior es destacable y que las personas mayores muestran una óptima capacidad para identificar fuentes sólidas en las que contrastar la información que reciben. Este estudio proporciona evidencias sobre la eficacia de la verificación de hechos para reducir el impacto de la desinformación en la población sénior y destaca la necesidad de estrategias de alfabetización mediática que consideren las diferencias sociodemográficas analizadas.

**Palabras clave:** desinformación; verificación; población sénior; género; nivel de estudios; noticias falsas

**Resum.** *Desinformació i població sènior: anàlisi de l'impacte de la verificació a Espanya segons gènere i nivell d'estudis*

El fenomen de la desinformació afecta de manera significativa la població sènior, un grup demogràfic que sovint mostra nivells més alts de vulnerabilitat davant notícies falses. Aquest estudi explora la incidència de la verificació com a eina per mitigar la desinformació entre les persones grans amb especial atenció a les variables de gènere i nivell educatiu de manera independent. S'han analitzat les respostes a diferents tipus de notícies mitjançant un disseny experimental amb tres grups simètrics equilibrats en termes de gènere, edat i distribució geogràfica. Un grup va rebre quatre notícies sense verificar, un altre grup va rebre quatre notícies verificades correctament i el tercer grup va rebre quatre notícies amb verificació incorrecta. Els resultats suggereixen que tant el gènere com el nivell educatiu dels participants afecten la recepció i acceptació de la informació. Segons les dades obtingudes, la verificació té efectes més importants en les dones que en els homes, així com en la població sènior amb nivells d'estudis mitjans o baixos. Les dones presenten dosis més altes de desconeixement de les plataformes de verificació al costat d'un consum informatiu menor que el dels homes. Les dades també indiquen que el consum d'informació entre la població sènior és destacable i que les persones grans mostren una òptima capacitat per identificar fonts sòlides en les quals contrastar la informació que reben. Aquest estudi proporciona evidències sobre l'eficàcia de la verificació de fets per reduir l'impacte de la desinformació en la població sènior i destaca la necessitat d'estratègies d'alfabetització mediàtica que considerin les diferències sociodemogràfiques analitzades.

**Paraules clau:** desinformació; verificació; població sènior; gènere; nivell d'estudis; notícies falses

**Abstract.** *Disinformation and the senior population: Analysis of the impact of fact-checking in Spain by gender and educational level*

Disinformation significantly affects the senior population, a demographic group that often shows higher levels of vulnerability to fake news. This study explores the incidence of fact checking as a tool to mitigate the effect of disinformation among older people with special attention to the variables of gender and educational level. Responses to different types of news have been analysed using an experimental design with three symmetrical groups balanced in terms of gender, age, and geographical distribution. One group received four unverified news stories, another group received four correctly verified news stories, and the third group received four incorrectly verified news stories. The results suggest that the gender and educational level of the participants affect the reception and acceptance of information. According to the obtained data, fact-checking has greater impact on women than on men, as well as on the senior population with medium or low levels of education. Older women also show higher levels of unfamiliarity with verifica-

tion platforms along with lower information consumption compared to men. The data also indicate that information consumption among the senior population is notable and that older individuals demonstrate an optimal ability to identify reliable sources to verify the information they receive. This study provides evidence on the effectiveness of fact checking in reducing the effects of disinformation in the senior population and highlights the need for media literacy strategies that consider sociodemographic differences.

**Keywords:** disinformation; fact-checking; senior population; gender; educational level; fake news

---

## 1. Introducción

El fenómeno de la desinformación ha adquirido una relevancia crítica en el siglo XXI y ha afectado a diversas capas de la sociedad de distintas maneras. Entre los grupos más vulnerables a la desinformación se encuentran los adultos mayores, quienes a menudo son más susceptibles de creer y difundir información falsa o errónea debido a varios factores, incluyendo la brecha digital y una menor familiaridad con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (Guess et al., 2019; Besalú y Pont-Sorribes, 2021; Pont-Sorribes et al., 2020; Brashier y Schacter, 2020; Valera-Ordaz et al., 2022; Hameleers y Van der Meer, 2019).

Sin embargo, si bien se han realizado diversos análisis sobre cómo la juventud hace uso de los medios digitales, hay pocas investigaciones empíricas que examinen los efectos de la edad en la detección de noticias falsas (Loos y Nijenhuis, 2020; Pehlivanoglu et al., 2022). Por ello, este estudio se centra en analizar la recepción y el impacto de la desinformación en la población sénior (o personas adultas mayores), evaluando la eficacia de la verificación de hechos (*fact-checking*) como herramienta para contrarrestar este fenómeno. Además, se presta especial atención a las variables de género y nivel de estudios para analizar las dinámicas subyacentes a esta problemática.

La desinformación, definida como la difusión de información falsa o engañosa con la intención de causar daño, ha encontrado un terreno fértil en la era digital (Cabrera Altieri et al., 2024). Tanto las redes sociales como los servicios de mensajería instantánea han facilitado la rápida propagación de noticias falsas, lo que ha afectado a la percepción pública y, en ocasiones, ha incitado comportamientos perjudiciales (Vosoughi et al., 2018). En este contexto, la población sénior representa un segmento particularmente susceptible debido a factores como su menor alfabetización digital y una tendencia a confiar en fuentes de información tradicionales, que quizás no estén preparadas para manejar la velocidad y la naturaleza de la desinformación digital (Pehlivanoglu et al. 2022; Chia et al., 2023).

Varios estudios han destacado que la población sénior es más propensa a compartir noticias falsas en comparación con los grupos más jóvenes (Guess et al., 2019). Esta vulnerabilidad se puede atribuir, en parte, a diferencias generacionales en la socialización mediática y la familiaridad con las TIC.

Además, existe evidencia de que las habilidades críticas necesarias para evaluar la veracidad de la información pueden estar menos desarrolladas en la población sénior (Brashier y Schacter, 2020), si bien otros estudios matizan que la vulnerabilidad a las noticias falsas relacionada con la edad solo es evidente en edades muy avanzadas (Pehlivanoglu et al., 2022). Hay también evidencias que apuntan al «cinismo mediático» de este sector poblacional debido a su poca confianza en las noticias que reciben (Munyaka et al., 2022). Tradicionalmente se ha entendido que esta susceptibilidad de la población sénior a las noticias estaba relacionada con su deterioro cognitivo, pero investigaciones recientes subrayan el importante papel del conocimiento acumulado y sugieren que los déficits cognitivos por sí solos no pueden explicar completamente la susceptibilidad de las personas mayores hacia las noticias (Lu et al., 2023). De la misma manera, Chen et al. (2024) concluyen que, cuando este grupo poblacional percibe que hay un riesgo en el uso de la información, esto potencia su actitud para verificar la información más exhaustivamente.

En este contexto, la verificación de hechos ha emergido como una respuesta a la desinformación (Moreno-Gil et al., 2021; 2022). Consiste en la verificación de las afirmaciones difundidas en los medios de comunicación y en la rectificación de información falsa. Sin embargo, la eficacia de la verificación de hechos no es homogénea y puede variar según diferentes variables demográficas, incluyendo la edad, el género y el nivel de estudios. Se ha señalado que las mujeres y las personas con niveles de estudios más bajos tienden a ser más vulnerables a la desinformación, posiblemente debido a diferencias en el acceso y uso de las TIC, así como en las habilidades de alfabetización mediática (Vraga y Tully, 2021). Investigaciones anteriores han evidenciado una mayor propensión de los hombres a cuestionar la información incorrecta en comparación con las mujeres; se destaca asimismo una tendencia más alta de los hombres a dejar comentarios en línea (Gurgun et al., 2024).

Por otro lado, el nivel de estudios puede influir en la capacidad crítica para evaluar la información. Las personas con mayor nivel de estudios muestran una mayor resistencia a las noticias falsas (Pennycook y Rand, 2018; De Coninck et al., 2021).

Todas estas dinámicas subrayan la necesidad de enfoques específicos para mitigar los efectos de la desinformación en la población sénior. La mayoría de los estudios han examinado las percepciones y el comportamiento de las personas adultas en edad laboral en torno a la desinformación. Estudiar a la población sénior puede ofrecer información sobre las experiencias de una porción considerable de la población mundial si se presta una especial atención a las variables de género y nivel de estudios por su incidencia en este fenómeno (Matchanova et al., 2024).

El objetivo principal del estudio es determinar la eficacia de la verificación de hechos en la mitigación de la desinformación entre la población sénior. Específicamente, se busca:

1. Evaluar la percepción de noticias verificadas y no verificadas en la población sénior.
2. Analizar cómo la variable de género influye en la recepción de noticias verificadas.
3. Examinar el efecto de la verificación de noticias de acuerdo con el nivel de estudios.

Comprender cómo la población sénior percibe y responde a la desinformación y a las intervenciones de verificación de hechos es crucial para diseñar estrategias efectivas que protejan a este grupo vulnerable. Al centrarse en variables demográficas específicas, este estudio aporta una visión matizada de los desafíos y oportunidades en la lucha contra la desinformación. Además, los hallazgos pueden contribuir a sostener políticas públicas y programas de educación mediática dirigidos a fortalecer la resistencia a la desinformación en la población sénior.

## 2. Metodología

Este estudio se ha realizado a partir de una encuesta ad hoc experimental en línea y anónima a través de la plataforma de YouGov Panel<sup>1</sup>. La técnica utilizada es eficaz a la hora de analizar el impacto de las intervenciones de desinformación y verificación de hechos entre las audiencias, ya que se trabaja con grupos experimentales (expuestos al experimento en cuestión) y grupos de control (Guess et al., 2020; Pennycook y Rand, 2021). En el caso que nos ocupa, el objetivo es evaluar de manera precisa cómo afectan diferentes niveles de verificación en la recepción de noticias a la población sénior y cómo el género y el nivel de estudios pueden mediar estos efectos en cuanto que variables independientes. La muestra representativa (N = 1.203) ha sido estratificada a partir de las áreas Nielsen —siete zonas<sup>2</sup> geográficas de España de características mercadológicas relativamente homogéneas, además de las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona— y es suficiente para detectar tamaños de efecto ( $f = .10$ ) con una potencia estadística del 90% y  $\alpha = .05$ .

Concretamente, la población de estudio fueron hombres y mujeres de sesenta años o más y residentes en el Estado español, a los que nos referimos como

1. YouGov tiene una bolsa de personas registradas en su plataforma (YouGov Panel) que pueden participar voluntariamente y de forma anónima en las encuestas realizadas por la empresa y con las que se contactó en línea para ofrecerles la posibilidad de participar en el estudio.
2. Las áreas Nielsen son las siguientes: (1) Noreste (Lérida, Gerona, Barcelona, Tarragona, Baleares, Zaragoza y Huesca); (2) Levante (Castellón, Valencia, Alicante, Albacete y Murcia); (3) Sur (Almería, Jaén, Granada, Córdoba, Sevilla, Huelva, Cádiz, Málaga y Badajoz); (4) Noroeste (La Coruña, Lugo, Orense, Pontevedra, Asturias y León); (5) Central (Cáceres, Soria, Segovia, Ávila, Valladolid, Zamora, Salamanca, Guadalajara, Toledo, Cuenca, Ciudad Real, Madrid y Teruel); (6) Norte Central (Álava, Guipúzcoa, Vizcaya, Navarra, Cantabria, Burgos, Palencia y La Rioja); (7) Islas Canarias (Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas); Área Metropolitana de Madrid; y Área Metropolitana de Barcelona.

población sénior. La muestra inicial del estudio fue de 1.336 personas, 133 de las cuales abandonaron durante el proceso, lo que dio como resultado una muestra final de 1.203 personas encuestadas, divididas aleatoriamente en tres grupos simétricos ( $n = 400$ ,  $n = 402$  y  $n = 401$ ) en cuanto a las variables de género, edad y áreas Nielsen. El trabajo de campo se desarrolló en octubre de 2022.

Una vez obtenida la muestra del estudio, cada participante fue convocado de forma individualizada y se le explicó en qué consistía su participación. En ningún momento se mencionó que el estudio versaba sobre la desinformación, las noticias engañosas y el chequeo de información, procurando evitar sesgos por exceso de información y, a su vez, mediando con los límites éticos de la falta de información (McCambridge et al., 2012). De acuerdo con la normativa vigente en España en materia de protección de datos personales (Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales) y con los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki, la participación en el estudio fue voluntaria y se obtuvo el consentimiento informado de todas las personas participantes antes de su incorporación. Se garantizó la confidencialidad de las respuestas y los datos recabados se utilizaron exclusivamente con fines académicos y científicos. El diseño del estudio no implicó riesgos para las personas participantes y se respetó en todo momento su derecho a desistir de la participación sin sufrir consecuencia alguna. En particular, la legitimación del tratamiento de datos se basó en el consentimiento informado de las personas participantes (art. 6.1.a del Reglamento General de Protección de Datos, RGPD), siendo dicho tratamiento necesario para el cumplimiento de los objetivos del proyecto de investigación (art. 6.1.e del RGPD).

Posteriormente se entregó a cada participante material de estímulo compuesto por cuatro piezas periodísticas distintas que debían leer en profundidad y que trataban sobre cuestiones de salud (COVID-19), geopolítica (guerra de Ucrania), migración y jubilación. El primer grupo (G1) recibió cuatro noticias sin verificar, el segundo grupo (G2) recibió cuatro noticias verificadas correctamente, y el tercer grupo (G3) recibió cuatro noticias con verificación incorrecta. Los tres grupos respondieron preguntas relativas a la credibilidad, rigurosidad y autenticidad de la información. A partir de la lectura de las piezas, se entregó a cada participante (de los tres grupos) un cuestionario de 16 preguntas (para el G2 y el G3) y de 18 preguntas (para el G1). A continuación, se presentan ejemplos de algunas de estas preguntas, con formatos de respuesta tipo Likert (de 1 a 5) y organizados alrededor de tres bloques temáticos: credibilidad, rigor, autenticidad y probabilidades de compartición:

- En una escala de 1 a 5, en que 1 significa «nada creíble» y 5 significa «totalmente creíble», ¿qué grado de credibilidad daría a esta información verificada como falsa? (*Credibilidad: Apariencia de verdadero de un hecho o suceso sobre el que se informa*)
- En una escala de 1 a 5, en que 1 significa «nada rigurosa» y 5 significa «totalmente rigurosa», ¿qué grado de rigor otorgaría a esta informa-

ción verificada como falsa? (*Rigor: Capacidad de informar de un hecho o suceso con exactitud y precisión*)

- En una escala de 1 a 5, en que 1 significa «nada auténtica» y 5 significa «totalmente auténtica», ¿qué grado de autenticidad otorgaría a esta información verificada como falsa? (*Autenticidad: Información acreditada como cierta y verdadera*)
- En una escala de 1 a 5, en que 1 significa «nunca lo haría» y 5 significa «lo haría con total seguridad», ¿qué probabilidades habría de que compartiese esta información verificada como falsa con otras personas a través de redes sociales o plataformas de mensajería (Facebook, Twitter, Whatsapp, etc.)?

Adicionalmente, tal como se mencionó anteriormente, a los participantes del G1 (grupo de control) también se les preguntó por las fuentes que utilizarían para contrastar la autenticidad de una información, así como por las razones que los llevarían a recurrir —o no— a una plataforma de verificación. Una de las preguntas formuladas fue la siguiente: «A continuación, le mostramos un listado de fuentes que pueden utilizarse para contrastar la autenticidad de una información. De todas ellas, ¿a cuáles recurriría para verificar las noticias que ha leído anteriormente?».

Las personas participantes podían seleccionar un máximo de tres opciones entre las siguientes:

- Otros medios de comunicación
- Plataformas de verificación de información
- Redes sociales
- Internet
- Bases de datos oficiales
- Conocidos/amigos
- Otras (con la posibilidad de especificar cuáles)
- Ninguna

En contraposición, a cada participante del G2 y el G3, una vez finalizadas las preguntas relativas a las cuatro noticias, se le facilitaron los enlaces a Verificamos, una plataforma de verificación ficticia creada para realizar el experimento. Así, la interacción con estas herramientas ayudó a certificar (o no) la autenticidad de las informaciones presentadas previamente. Con esta práctica, fue posible observar el comportamiento de cada participante en el uso de estas plataformas. Esto permitió determinar si el patrón de usabilidad de estas herramientas era adecuado y si presentaba su contenido de forma adecuada para certificar que la información era verdadera o falsa. A modo de ejemplo, se utilizaron preguntas como la siguiente: «Ahora que ha leído esta noticia, en una escala de 1 a 5, en que 1 significa “nada creíble” y 5 significa “totalmente creíble”, ¿qué grado de credibilidad daría a esta información? Credibilidad: Apariencia de verdadero de un hecho o suceso sobre el que se informa».

Los resultados obtenidos en los tres grupos permitieron medir los efectos de la desinformación en contextos con verificación correcta, incorrecta e inexistente, prestando atención a las diferencias según las variables del género y el nivel educativo.

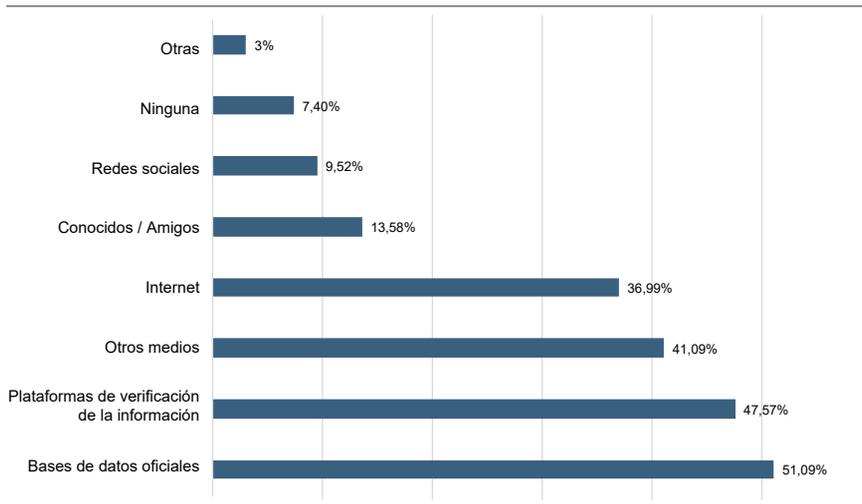
A pesar del alcance del estudio, entre sus limitaciones cabe señalar que la amplia encuesta realizada seleccionó la muestra digitalmente, lo que implica un sesgo respecto a la variable de acceso a Internet y la brecha digital, por lo que quedaron excluidas del estudio las personas sénior sin conexión a Internet en sus domicilios. Finalmente, cabe destacar que las verificaciones mostradas al G2 y al G3 no incorporaron una justificación del sentido de la verificación, así como tampoco los distintos grados de confiabilidad, como suelen hacer las plataformas de verificación.

### 3. Análisis y resultados

Para conocer el grado de conocimiento de las plataformas de verificación de información entre las personas mayores se realizaron dos preguntas dirigidas al G1 (n = 400). Este grupo fue el que evaluó las noticias sin verificar en un formato de prensa digital escrita.

Con la pregunta 1 se les mostraba un listado de fuentes (recogidas en el gráfico 1) que pueden utilizarse para contrastar la autenticidad de una información; se les preguntaba a cuáles de ellas acudirían para verificar las noticias que previamente habían leído y debían seleccionar tres como máximo.

**Gráfico 1.** Fuentes a las que recurrir para contrastar la veracidad de la información

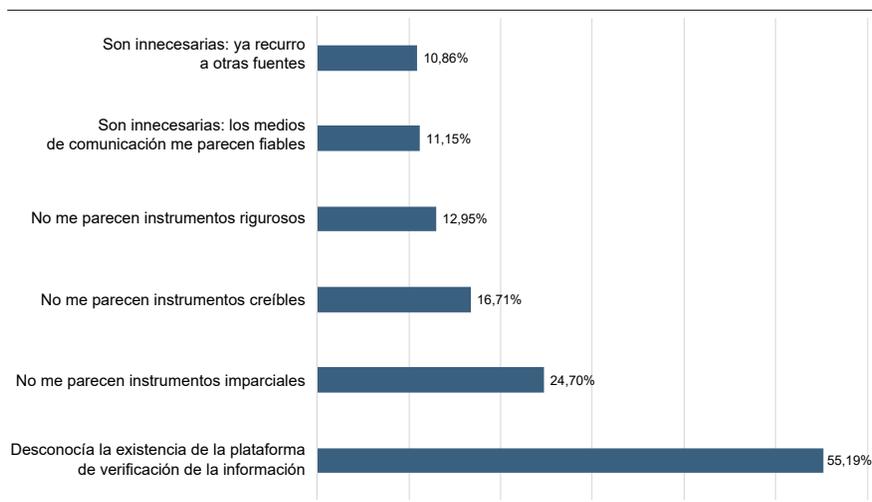


Fuente: elaboración propia.

Ante la pregunta formulada, más de la mitad de los mayores encuestados (51,09%) coincidía en señalar que contrastaría las noticias a través de bases de datos oficiales. En segundo lugar, se encontraban los que recurrirían a las plataformas de verificación de la información (47,57%) y, en tercer lugar, los que recurrirían a otros medios no especificados (41,09%). Sin embargo, ocupan un espacio menos destacado otras fuentes, como Internet (36,99%), los amigos o conocidos (13,58%) y las redes sociales (9,52%), todos ellos espacios más proclives a la proliferación de la desinformación.

Respecto a la pregunta 2, se formuló a aquellos que, en la cuestión anterior, no seleccionaron las plataformas de verificación como medio al que acudirían para contrastar la autenticidad de las noticias que habían leído anteriormente. A este grupo (n = 205) se le preguntó por qué razones no recurriría a una plataforma de verificación para contrastar las noticias leídas anteriormente. Para responder se les ofreció un listado de posibles motivos (recogidos en el gráfico 2), entre los que debían seleccionar un máximo de dos.

**Gráfico 2.** ¿Por qué no recurrirían a las plataformas de verificación para contrastar información?

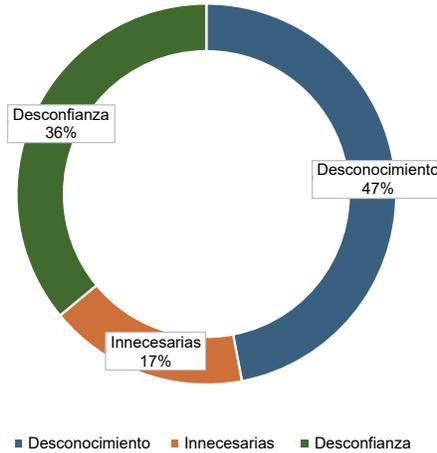


Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, la principal razón para no usarlas es que la mayoría (55,19%) desconoce la existencia de las plataformas de verificación. A continuación, un 24,7% señala que no le parecen instrumentos imparciales, mientras que el 16,71% no las considera instrumentos creíbles y el 12,95% piensa que carecen de rigurosidad. También destaca el segmento de los que directamente no las considera necesarias, ya sea por confiar en la fiabilidad de los medios de comunicación (11,15%) o por recurrir a otras fuentes (10,86%). Estos datos permiten aglutinar y diferenciar proporcionalmente

tres motivos principales por los que la población sénior no utiliza las plataformas de verificación (gráfico 3): desconocimiento (47%), desconfianza (36%) y por considerarlas innecesarias (17%). Entre ellos habría que destacar que cerca de la mitad de los encuestados desconoce su existencia, mientras que el resto prefiere no utilizarlas por los motivos aludidos.

**Gráfico 3.** Motivos para no utilizar las plataformas de verificación de la información



Fuente: elaboración propia.

Si analizamos los datos obtenidos aplicando la variable sociodemográfica de género utilizada en la encuesta respecto al uso de plataformas de verificación de la información, así como los motivos para verificar o no las noticias, encontramos diferencias interesantes.

Como puede observarse en la tabla 1, si bien tanto hombres como mujeres seleccionaron las bases de datos oficiales como el primer lugar al que acudirían para verificar las noticias, en el caso de los hombres esa opción fue marcada por el 54,5%, mientras que en el de las mujeres lo fue en el 48,3%. También fueron seleccionadas las plataformas de verificación como segunda opción en ambos casos, aunque de nuevo fueron señaladas por más hombres (50,8%) que mujeres (44,9%). Igualmente fueron más hombres (39,3%) que mujeres (35,1%) los que indicaron que utilizarían Internet para verificar las noticias. Una tendencia que se invierte al recurrir a otros medios de comunicación (las mujeres un 41,4% y los hombres un 40,7%) y, especialmente, en el caso de los conocidos o amigos, seleccionados por un 15,2% de las mujeres frente al 11,6% de los hombres, así como de las redes sociales (11,2% de las mujeres y 7,5% de los hombres).

**Tabla 1.** Dónde verificar la información según la variable de género

	Hombres	Mujeres
Otros medios de comunicación	40,7%	41,4%
Plataformas de verificación de información	50,8%	44,9%
Redes sociales	7,5%	11,2%
Internet	39,3%	35,1%
Bases de datos oficiales	54,5%	48,3%
Conocidos / Amigos	11,6%	15,2%
Otras	3,4%	2,7%

Fuente: elaboración propia.

Estos datos indican que, si bien tanto hombres como mujeres otorgan mayor credibilidad y confianza a las bases de datos oficiales y a las plataformas de verificación para comprobar la autenticidad de las noticias, en el caso de las mujeres lo hacen en menor medida que los hombres. Sin embargo, aunque los conocidos o amigos y las redes sociales se encuentran en ambos casos entre las últimas opciones a las que tanto hombres como mujeres acudirían para verificar las noticias, las mujeres les conceden mayores dosis de confianza a estas opciones que los hombres.

En cuanto a las razones para no recurrir a las plataformas de verificación para comprobar las noticias, la tabla 2 nos muestra que tanto hombres como mujeres sitúan en primer lugar el desconocimiento, en segundo lugar la desconfianza y, por último, el considerarlas innecesarias. No obstante, las mujeres muestran mayores dosis de desconocimiento y, a su vez, menor grado de desconfianza.

**Tabla 2.** Motivos para no utilizar las plataformas de verificación

	Hombres	Mujeres
Desconocimiento	51,0%	58,2%
Desconfianza	45,4%	41,4%
Innecesarias	21,0%	19,8%

Fuente: elaboración propia.

Si analizamos el efecto de la verificación en la credibilidad de las cuatro noticias mostradas a los tres grupos, es decir, sin verificación (G1), con verificación correcta (G2) y con verificación incorrecta (G3), encontramos algunos de los datos más reveladores del estudio: si bien la credibilidad que otorgan las mujeres a las cuatro noticias que se les mostraron es mayor que la de los hombres en todos los casos, también es mayor el efecto que la verificación tiene en ellas. En concreto, podemos afirmar que las verificaciones tienen un efecto medio de cambio en las mujeres (0,15) que duplica al de los hombres (0,07). Además, según puede observarse en la tabla 3, aunque la verificación incorrecta ejerce mayor influencia que la verificación correcta tanto en hombres como en mujeres, este efecto es aún más acusado en el caso de ellas.

**Tabla 3.** Efectos de la verificación por género. Indicador medio de credibilidad según la escala de Likert

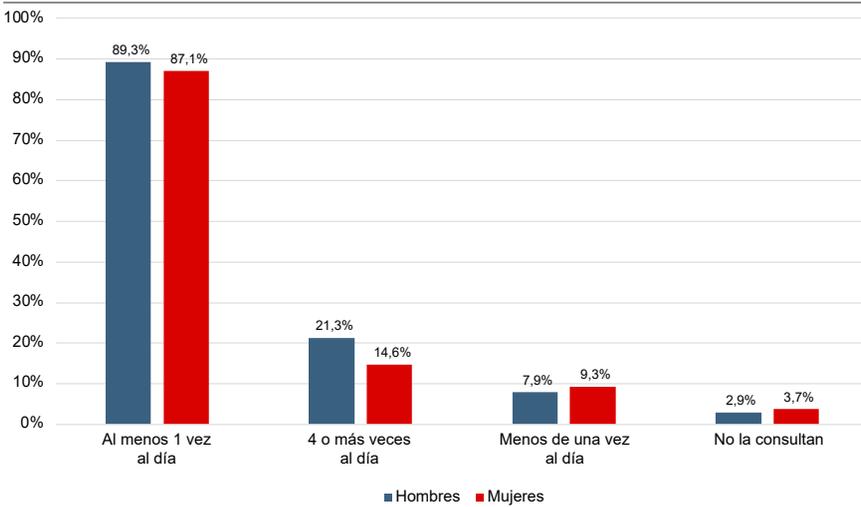
Hombres			Mujeres		
Grupo 1: noticia sin verificación (n = 220)	Grupo 2: verificación correcta (n = 222)	Grupo 3: verificación incorrecta (n = 220)	Grupo 1: noticia sin verificación (n = 180)	Grupo 2: verificación correcta (n = 180)	Grupo 3: verificación incorrecta (n = 181)
2,39	2,30	2,35	3,81	3,61	3,71

Fuente: elaboración propia.

Con el fin de conocer los hábitos informativos de las personas mayores, también se preguntó a los encuestados de los tres grupos sobre la frecuencia con la que consultaban la actualidad informativa. Los resultados indican que la mayoría de los encuestados se informa al menos una vez al día (87,99%). Incluso un 17,58% realiza un consumo elevado de información con una frecuencia de consulta de cuatro o más veces al día. De estos resultados podemos deducir que el consumo de información entre la población sénior es destacable y que solo un 5,84% no consulta la actualidad informativa o lo hace menos de una vez al día.

Sin embargo, si aplicamos la variable sociodemográfica de género y se dividen los datos de consumo informativo entre hombres y mujeres, encontramos diferencias significativas entre ellos, tal y como se aprecia en el gráfico 4.

**Gráfico 4.** Consumo informativo de la población mayor por género



Fuente: elaboración propia.

Estos datos sugieren que existe una evidente vinculación negativa entre ser mujer sénior y el consumo informativo al ser los hombres los que más información consumen. Estas divergencias entre los indicadores de consumo

informativo también podrían explicar la brecha detectada anteriormente respecto al conocimiento y utilización de las plataformas de verificación entre hombres y mujeres.

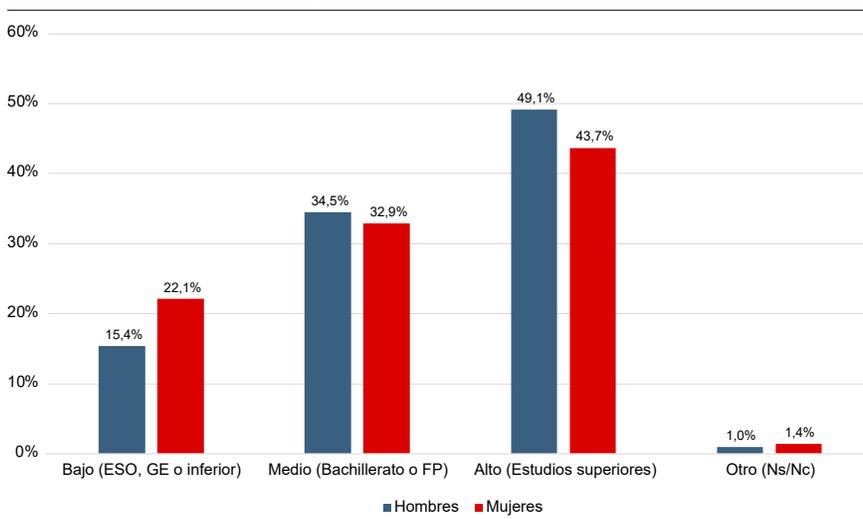
**Tabla 4.** Regresión lineal entre género y consumo informativo

B	Beta	t	Sig
,028	,103	3,582	,000

Fuente: elaboración propia.

Además, otro factor que puede contribuir a explicar esta brecha es la diferencia en el nivel educativo de hombres y mujeres, ya que en la representación de la muestra de la encuesta observamos que existen diferencias destacables entre géneros. Así, los hombres presentan 5,5 puntos porcentuales más que las mujeres en estudios superiores y 1,6 puntos porcentuales más que las mujeres en estudios medios. A su vez, como puede observarse en el gráfico 5, son las mujeres las que están casi 7 puntos porcentuales por encima de los hombres en lo que respecta a un nivel de estudios bajo (ESO, GE o inferior).

**Gráfico 5.** Nivel de estudios por género



Fuente: elaboración propia.

En términos generales, si descartamos la variable sociodemográfica de género, pero aplicamos la de nivel de estudios y analizamos el efecto de las plataformas de verificación teniendo en cuenta los grupos experimentales, encontramos diferencias destacables entre el G1 (noticias sin verificar) y el G2 y el G3 (con verificación correcta e incorrecta).

**Tabla 5.** Efectos de la verificación de acuerdo con el nivel educativo. Indicador medio de credibilidad según la escala de Likert

Nivel de estudios bajo			Nivel de estudios medio			Nivel de estudios alto		
Sin verificar	Verific. correcta	Verific. incorrecta	Sin verificar	Verific. correcta	Verific. incorrecta	Sin verificar	Verific. correcta	Verific. incorrecta
3,28	3,03	3,10	3,12	2,95	2,83	2,86	2,76	2,91

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse en la tabla 5, comparando ambos bloques, la variación media de la credibilidad en el nivel de estudios medios fue la más elevada (0,23), seguida por la de bajo nivel de estudios (0,21) y, por último, a distancia considerable, la de niveles de estudios altos (0,03). De estos datos podemos deducir que, si bien la verificación tiene una mayor influencia sobre las personas mayores con niveles de estudios medios o bajos, este efecto es menor a medida que aumenta el nivel de estudios.

Además, si tenemos en cuenta el efecto medio de las verificaciones de acuerdo con el nivel de estudios, podemos afirmar que entre los séniores con estudios de nivel intermedio tiene un mayor efecto la verificación incorrecta, mientras que cuando los estudios son bajos o altos el efecto medio de cambio más elevado se da en la verificación correcta. No obstante, la credibilidad aumenta ligeramente con la verificación incorrecta en el segmento de estudios altos, algo que no ocurre en ningún otro caso.

Si consideramos que, de acuerdo con los datos anteriores, la verificación presenta mayores efectos en las mujeres que en los hombres, así como en los séniores con niveles de estudios medios o bajos, y que son ellas las que registran niveles de estudios inferiores, podemos extraer interesantes conclusiones. También si tenemos en cuenta que, de acuerdo con los resultados obtenidos, son ellas las que presentan mayores dosis de desconocimiento de las plataformas de verificación junto a un consumo informativo menor que el de los hombres.

#### 4. Discusión y conclusiones

Los resultados que presenta este estudio responden a los objetivos planteados, puesto que nos ofrecen una mayor y mejor comprensión sobre cómo las personas mayores reciben y responden a la desinformación evaluando, a su vez, el efecto que sobre ellas tiene la verificación, así como su nivel de conocimiento sobre este procedimiento. También nos ha permitido conocer hábitos de consumo informativo, además de analizar y extraer interesantes resultados sobre el modo en el que, de forma independiente, interfieren las variables sociodemográficas de género y nivel de estudios tanto en la recepción de la desinformación como en la influencia de la verificación.

Respecto al conocimiento y uso de las plataformas de verificación, los datos señalan que las personas mayores muestran una óptima capacidad para identificar fuentes sólidas en las que contrastar la información, ya que los séniores dicen que eligen las bases de datos oficiales como primera opción

para contrastar las noticias, seguidas de las plataformas de verificación. En cambio, otros medios más proclives a la desinformación, como Internet, las redes sociales o los amigos y conocidos, fueron opciones menos elegidas para comprobar la autenticidad de los contenidos informativos.

Estos datos sugieren que, pese a que se ha considerado que los adultos mayores son más vulnerables a la desinformación debido a factores como la brecha digital y una menor familiaridad con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (Guess et al. 2019; Besalú y Pont-Sorribes, 2021; Pont-Sorribes et al. 2020; Brashier y Schacter, 2020; Valera-Ordaz et al., 2022; Hamelers y Van der Meer, 2019), en este caso esa brecha digital no ha supuesto un sesgo negativo para los séniores. En este estudio los adultos mayores demuestran tener amplias dosis de sentido común a la hora de elegir los medios a través de los que contrastar las informaciones recibidas, así como cierta desconfianza, lógica en su caso por la variable de edad, respecto a Internet y las redes sociales.

También resulta revelador comprobar que, entre los séniores que indican que no acudirían a las plataformas de verificación para contrastar la información (un 52,43% del G1), el principal motivo aludido fue el desconocimiento (un 47%), seguido de la desconfianza (36%) y, en menor medida, por considerarlas innecesarias (17%). Si aplicamos la variable sociodemográfica de género, detectamos que son más hombres que mujeres los que recurrirían a fuentes de verificación como las bases de datos o las plataformas de verificación de hechos, mientras que esta tendencia se invierte al acudir a fuentes menos fiables como las redes sociales o los conocidos. También son las mujeres las que muestran mayor grado de desconocimiento que los hombres respecto a las plataformas de verificación, aunque su nivel de desconfianza es menor que el de ellos.

Estas conclusiones reafirman la susceptibilidad de los séniores frente a la desinformación y quizás esto se deba a su menor alfabetización digital y tendencia a confiar en fuentes de información tradicionales, tal y como apuntan Pehlivanoglu et al. (2022). A su vez, ponen de manifiesto la necesidad de emprender iniciativas dirigidas específicamente a fomentar el conocimiento de las plataformas de verificación entre la población mayor.

El análisis de los resultados obtenidos nos permite, además, concluir que la brecha de género tanto en la recepción e impacto de la desinformación como en el efecto de la verificación es reseñable, ya que, si bien la credibilidad que otorgan las mujeres a los contenidos sin verificar es más alta que la de los hombres, también la verificación tiene un mayor impacto sobre ellas. Este efecto se da tanto si la verificación es correcta como incorrecta, es decir, tanto si confirma la autenticidad de la información como si señala su falsedad.

Los datos obtenidos en el estudio dan a entender que las mujeres mayores no solo conocen y recurren menos a las plataformas de verificación que los hombres, sino que también presentan menores índices de consumo informativo, lo que podría contribuir a explicar la brecha de género detectada anteriormente. Otro factor que hay que tener en cuenta para explicar esta brecha es la variable sociodemográfica del nivel educativo analizada.

Los resultados indican que tanto el género como el nivel de estudios de los participantes en la encuesta son factores que, de forma independiente, afectan tanto a la recepción de la desinformación como al efecto de la verificación de hechos, lo que coincide con estudios precedentes que habían señalado la mayor vulnerabilidad frente a la desinformación de las mujeres y de personas con niveles de estudios más bajos (Vraga y Tully, 2021), así como respecto a la mayor predisposición por parte de la población masculina a cuestionar la información errónea (Gurgun et al., 2024).

Respecto al nivel de estudios, investigaciones previas ya habían señalado que individuos con una formación más sólida mostraban mayor resistencia a las noticias falsas (Pennycook, Rand, 2018; De Coninck et al. 2021). En este caso los resultados apuntan a que, si bien el impacto de la verificación es menor cuanto mayor sea el nivel de formación, también son las mujeres —en las que el efecto de la verificación es más alto— las que presentan niveles de estudios inferiores a los de los hombres junto a un mayor desconocimiento de las plataformas de verificación y un consumo informativo más bajo que el de ellos. Estos datos sugieren que, aunque las mujeres mayores son más vulnerables frente a la desinformación, también son más permeables a la verificación, lo que resulta ser un factor interesante que hay que tener en cuenta a la hora de implementar políticas frente a la desinformación e iniciativas de alfabetización mediática.

El estudio también proporciona evidencias sobre la utilidad y eficacia de las plataformas de verificación para reducir el impacto de la desinformación sobre las personas mayores, ya que remarca la influencia que las variables sociodemográficas de género y nivel de estudios tienen sobre estos efectos, pone de manifiesto la importancia de implementar estrategias de alfabetización mediática que tengan en cuenta estas diferencias, y deja cauces abiertos a futuras investigaciones para seguir profundizando sobre estas cuestiones.

## Financiación

Los resultados de este artículo han sido desarrollados en el marco del Proyecto de Investigación *FACCTMedia. Instrumentos de rendición de cuentas ante la desinformación: Impacto de las plataformas de fact-checking como herramientas de accountability y propuesta curricular*, financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 (PID2019-106367GB-I00) <<https://facctmedia.wordpress.com/>>

## Referencias bibliográficas

- BESALÚ, R. y PONT-SORRIBES, C. (2021). «Credibility of digital political news in Spain: comparison between traditional media and social media». *Social Sciences*, 10(5), 170-192.  
<<https://doi.org/10.3390/socsci10050170>>
- BRASHIER, N. M. y SCHACTER, D. L. (2020). «Aging in an era of fake news». *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 316-323.  
<<https://doi.org/10.1177/0963721420915872>>

- CABRERA ALTIERI, D. H.; LÓPEZ GARCÍA, G. y CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2024). «Desinformación y mediatización. Desafíos de la investigación en comunicación política». *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Kommunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 56(29), 13-16.  
<<https://doi.org/10.1387/zer.26415>>
- CHIA, S. C.; LU, F. y SUN, Y. (2023). «Tracking the Influence of Misinformation on Elderly People's Perceptions and Intention to Accept COVID-19 Vaccines». *Health Communication*, 38(5), 855-865.  
<<https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1980251>>
- CHEN, L.; JIA, J.; XIAO, M.; WU, C. y ZHANG, L. (2024). «A study on the influence of digital literacy on elderly user's intention to identify social media false information». *The Electronic Library*, 42(10), 1108.  
<<https://doi.org/10.1108/EL-10-2023-0257>>
- DE CONINCK, D.; FRISSEN, T.; MATTHIJS, K.; D'HAENENS, L.; LITS, G.; CHAMPAGNE-POIRIER, O. y GÉNÉREUX, M. (2021). «Beliefs in conspiracy theories and misinformation about COVID-19: Comparative perspectives on the role of anxiety, depression and exposure to and trust in information sources». *Frontiers in Psychology*, 12, 646394.  
<<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.646394>>
- GUESS, A. M.; NAGLER, J. y TUCKER, J. A. (2019). «Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook». *Science Advances*, 5(1), eaau4586.  
<<https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>>
- GURGUN, S.; CEMİLOGLU, D.; CLOSE, E. A.; PHALP, K.; NAKOV, P. y ALI, R. (2024). «Why do we not stand up to misinformation? Factors influencing the likelihood of challenging misinformation on social media and the role of demographics». *Technology in Society*, 76, 102444.  
<<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102444>>
- HAMELEERS, M. y VAN DER MEER, T. (2020). «Misinformation and Polarization in a High-Choice Media Environment: How Effective Are Political Fact-Checkers?». *Communication Research*, 47(2), 227-250.  
<<https://doi.org/10.1177/0093650218819671>>
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. *Boletín Oficial del Estado*, n.º 294, 6 diciembre 2018, p. 119788-119857. <<https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3>>
- LOOS, E. y NIJENHUIS, J. (2020). «Consuming Fake News: A Matter of Age? The perception of political fake news stories in Facebook ads». En: *Human Aspects of IT for the Aged Population. Technology and Society: 6th International Conference, ITAP 2020, Held as Part of the 22nd HCI International Conference, HCII 2020, Copenhagen, Denmark, July 19–24, 2020, Proceedings, Part III 22*, pp. 69-88. Springer International Publishing.
- LU, X.; JIANG, J.; HEAD, M.; DALMER, N. y FLYNN, T. (2023). «Older Adults' Consumption of Fake News-An Interoceptive Perspective». *SIGHCI 2023 Proceedings*. 12. Recuperado de <<https://aisel.aisnet.org/sighci2023/12>>
- MATCHANOVA, A.; WOODS, S. P.; NEIGHBORS, C.; MEDINA, L. D.; PODELL, K.; BELTRÁN-NÁJERA, I. y THOMPSON, J. L. (2024). «Are accuracy discernment and sharing of COVID-19 misinformation associated with older age and lower neurocognitive functioning?». *Current Psychology*, 43(14), 12921-12933.  
<<http://dx.doi.org/10.1007/s12144-023-04464-w>>

- MCCAMBRIDGE, J.; DE BRUIN, M. y WITTON, J. (2012). «The effects of demand characteristics on research participant behaviours in non-laboratory settings: a systematic review». *PLoS ONE*, 7(6), e39116.  
<<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0039116>>
- MORENO-GIL, V.; RAMON-VEGAS, X. y RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, R. (2021). «Fact-checking interventions as counteroffensives to disinformation growth: Standards, values, and practices in Latin America and Spain». *Media and Communication*, 9(1), 251-263.  
<<https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3443>>
- MORENO-GIL, V.; RAMON-VEGAS, X. y MAURI-RÍOS, M. (2022). «Bringing journalism back to its roots: examining fact-checking practices, methods, and challenges in the Mediterranean context». *Profesional de la Información/Information Professional*, 31(2).  
<<https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.15>>
- MUNYAKA, I.; HARGITTAI, E. y REDMILES, E. (2022). «The misinformation paradox: Older adults are cynical about news media, but engage with it anyway». *Journal of Online Trust and Safety*, 1(4).  
<<https://doi.org/10.54501/jots.v1i4.62>>
- PEHLIVANOGLU, D.; LIGHTHALL, N. R.; LIN, T.; CHI, K. J.; POLK, R.; PÉREZ, E. y EBNER, N. C. (2022). «Aging in an “infodemic”: The role of analytical reasoning, affect, and news consumption frequency on news veracity detection». *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 28(3), 468.  
<<http://dx.doi.org/10.1037/xap0000426>>
- PENNYCOOK, G. y RAND, D. G. (2018). «The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings». *Management Science*, 66(11), 4944-4957.  
<<http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>>
- PONT-SORRIBES, C.; BESALÚ, R. y CODINA, L. (2020). «WhatsApp as a political information channel in Spain: Credibility, user profile, and content sharing». *Profesional de la Información/Information Professional*, 29(6).  
<<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.19>>
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento General de Protección de Datos). *Diario Oficial de la Unión Europea*, L 119, 4 mayo 2016, p. 1-88. Recuperado de <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>>
- VALERA ORDAZ, L.; REQUENA MORA, M.; CALVO, D. y LÓPEZ, G. (2022). «Desenredando la desinformación: Nociones y discursos de la población española». *Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 72.  
<<https://doi.org/10.3916/C72-2022-02>>
- VOSOUGHI, S.; ROY, D. y ARAL, S. (2018). «The spread of true and false news online». *Science*, 359(6380), 1146-1151.  
<<https://doi.org/10.1126/science.aap9559>>
- VRAGA, E. K. y TULLY, M. (2021). «News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media». *Journal of Communication*, 71(5), 876-898.  
<<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2019.1637445>>