“Negacionistas” de la COVID-19. ¿Por qué creemos lo que creemos (o no)?

FOTOS: Internet

Hilo de media

Por Elisa Morales Viscaya

Las cosas no se ven como son.

Las vemos como somos

Hilario Ascasubi.

La Paz, Baja California Sur (BCS). La década se despidió con un brutal 2020, el año del virus que cambió el mundo. Y en medio del estupor inicial que paralizó a la mayoría de la población mundial frente a la pandemia del **COVID-19**, vimos surgir toda clase de teorías conspiranoicas, desinformación, remedios milagrosos y, por supuesto, los negacionistas de toda la vida, que aún después de las más de un millón de víctimas siguen diciendo que el virus no existe.

> *Perdí la cuenta de cuantas veces me pregunte ¿cómo pueden creer eso? o ¿cómo pueden NO creer en esto otro? Sobre todo cuando se popularizan grupos de personas que mantienen creencias como el **terraplanismo** o aquellos que se niegan a acudir a los hospitales por temor a que les roben el líquido de sus rodillas, y similares creencias que basta con investigar un poco para encontrarlas risibles.*

También te podría interesar: [¿Generación de cristal o generación contestataria?]

Y es que todos confiamos en nuestra capacidad analítica e imparcialidad para dar con la verdad, pensamos, o queremos pensar, que nuestras opiniones y creencias son lógicas, pero resulta que no necesariamente es así.

En la década de 1960, el psicólogo cognitivo Peter Cathcart Wason, en un experimento titulado *On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task* (Sobre el fracaso al eliminar hipótesis en una tarea conceptual) registró por primera vez la tendencia de la mente humana a interpretar la información de forma selectiva y posteriormente lo confirmó en otras pruebas, con las que demostró que las personas tienden de forma natural a buscar información que confirme sus creencias existentes.

En pocas palabras, que las personas ya tenemos ideas preconcebidas o hipótesis sobre algún tema y tendemos a aceptar sólo la información que confirma esa visión mientras que ignoramos o rechazamos la información que la pone en duda. A este fenómeno le llaman **sesgo de confirmación** y nos impide percibir las circunstancias objetivamente convirtiéndonos en prisioneros de nuestros prejuicios y estereotipos.

Este **sesgo de confirmación** no sólo afecta nuestra percepción de la información sino que, involuntariamente, condiciona la forma en que nos allegamos de información, por ejemplo en los sitios web que visitamos, el noticiero que seguimos, las personas con las que nos relacionamos, etcétera.

Muchas, si no es que la mayoría de estas creencias que nuestro cerebro lucha por sostener, nos vienen dadas desde la cuna. Cuando nacemos, una gran parte de quiénes somos viene predeterminada por la **cultura** del lugar donde vamos a crecer. La "cultura" en este sentido incluye un patrón de ideas, de creencias, costumbres y comportamientos que comparte la sociedad en la que nos desarrollamos y la vivimos como lo normal; por ende, nos cuesta trabajo enfrentarnos a aquello que lo cuestiona, porque de cierta forma cuestiona lo profundo de nuestra identidad, de nuestra cosmogonía.

Para mayor inquietud, en esta época de distanciamiento social en la que la educación, el trabajo y las relaciones sociales se han sostenido de gran manera en la virtualidad de las redes sociales y los medios electrónicos, estas herramientas, lejos de garantizar un acceso neutral a la información, han sido precisamente los vehículos en que se derraman las *fake news* y toda clase de teorías y creencias polarizadas, y resulta que los expertos tienen una –terrorífica– explicación al respecto.

En el documental de *Netflix* “El dilema de las redes sociales”, un grupo de genios de la tecnología que participaron en la creación de diversos elementos de las redes sociales –y las abandonaron luego por conflictos éticos– detallan cómo funcionan estas aplicaciones desde adentro y ponen en evidencia lo que llaman **“el capitalismo de vigilancia”**, esto es, que su negocio consiste en vender la atención de los usuarios al mejor postor, ya sea quien quiera vendernos un producto o una preferencia política.

Por años hemos alimentado nuestros perfiles de redes sociales con la música, las películas, series, grupos y todo aquellos que nos gusta, y también aquello que odiamos. Así, con cada *Me gusta* o comentario en las redes nos perfilan como usuarios y los algoritmos se programan para mostrarnos solo contenidos que nos interesen, encerrándonos en una burbuja en la que está expuesto un solo punto de vista, para tener nuestra atención y comercializarla, haciendo que nuestra percepción este manipulada y la realidad que percibimos, moldeada a los

intereses de quien sabe quién.

> *Entonces, saquemos cuentas. Entre nuestros prejuicios culturales, nuestros propios sesgos mentales que nos inducen a creer lo que queremos creer y los algoritmos que nos muestran un mundo virtual moldeado a nuestros intereses ¿qué tan infaliblemente lógicos e irrefutablemente ciertos son nuestros argumentos, creencias y opiniones?*

Por otra parte, bien podemos preguntarnos, si soy feliz y estoy satisfecho conmigo mismo y mis prejuicios ¿qué importa si son sesgados? ¿Qué importa que otros piensen distinto si yo no tengo dudas de mí? Y bueno, podría ser. Si en la realidad viviéramos dentro de una burbuja como las que nos envuelven en las redes sociales, quizá sería una postura viable. Pero acá afuera no hay algoritmo que nos impida ver lo que no queremos ver y acarrear prejuicios inamovibles viviendo desde perspectivas distorsionadas o enceguecidos, puede resultar peligroso.

Incluso, los prejuicios culturales como el machismo, la xenofobia, la homofobia o la cultura de la corrupción, de no ser cuestionados y revisados, acarrean terribles males sociales como la violencia y la desigualdad. Ahora, el fenómeno de los **negacionistas de la COVID-19** pone en riesgo la salud de miles, y hasta millones.

¿Cómo podemos enfrentarnos a la trampa del autoengaño? Revisando nuestras creencias. Rodeándonos de personas que tengan puntos de vista opuestos a los nuestros. Conociendo y compartiendo con culturas distintas a la cual hemos nacido. Pero sobre todo, abriendo los ojos y prestando oído al debate respetuoso, con la voluntad de cuestionarnos nuestras ideas más arraigadas. A diferencia de lo que nos gustaría pensar, no siempre tenemos la razón.

—

AVISO: CULCO BCS no se hace responsable de las opiniones de los colaboradores, ésto es responsabilidad de cada autor; confiamos en sus argumentos y el tratamiento de la información, sin embargo, no necesariamente coinciden con los puntos de vista de esta revista digital.