

Comunicación - Fakes

¿tenemos “vacuna” contra la pandemia de la desinformación?

cem
CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA



CEA

Confederación de
Empresarios de Andalucía



Junta de Andalucía



LAMBDA
SOLUCIONES DE GESTION

son comunicación

FAKE

BULO

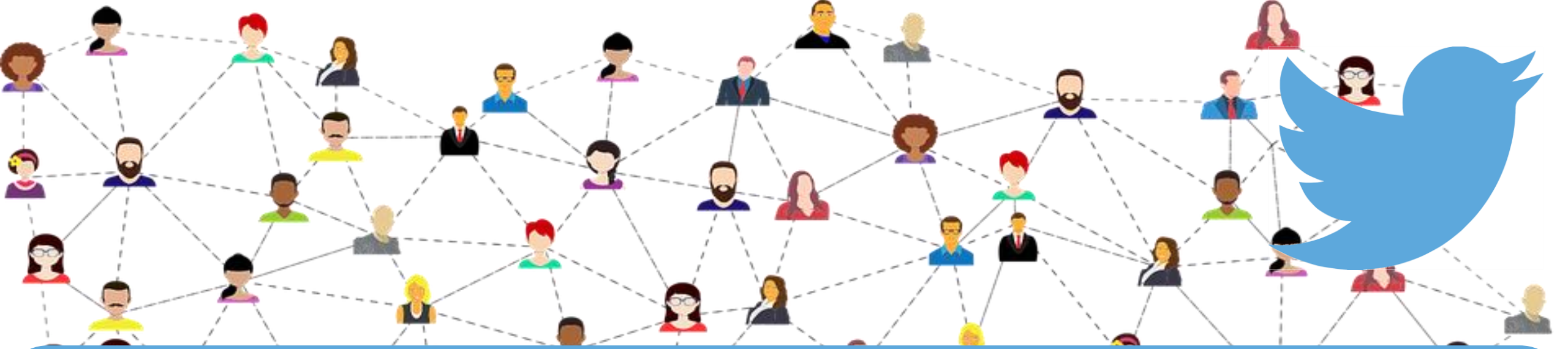
POST VERDAD

son MENTIRAS



como humanos necesitamos **COMUNICARNOS,**
desde siempre





ahora tenemos aceleradores



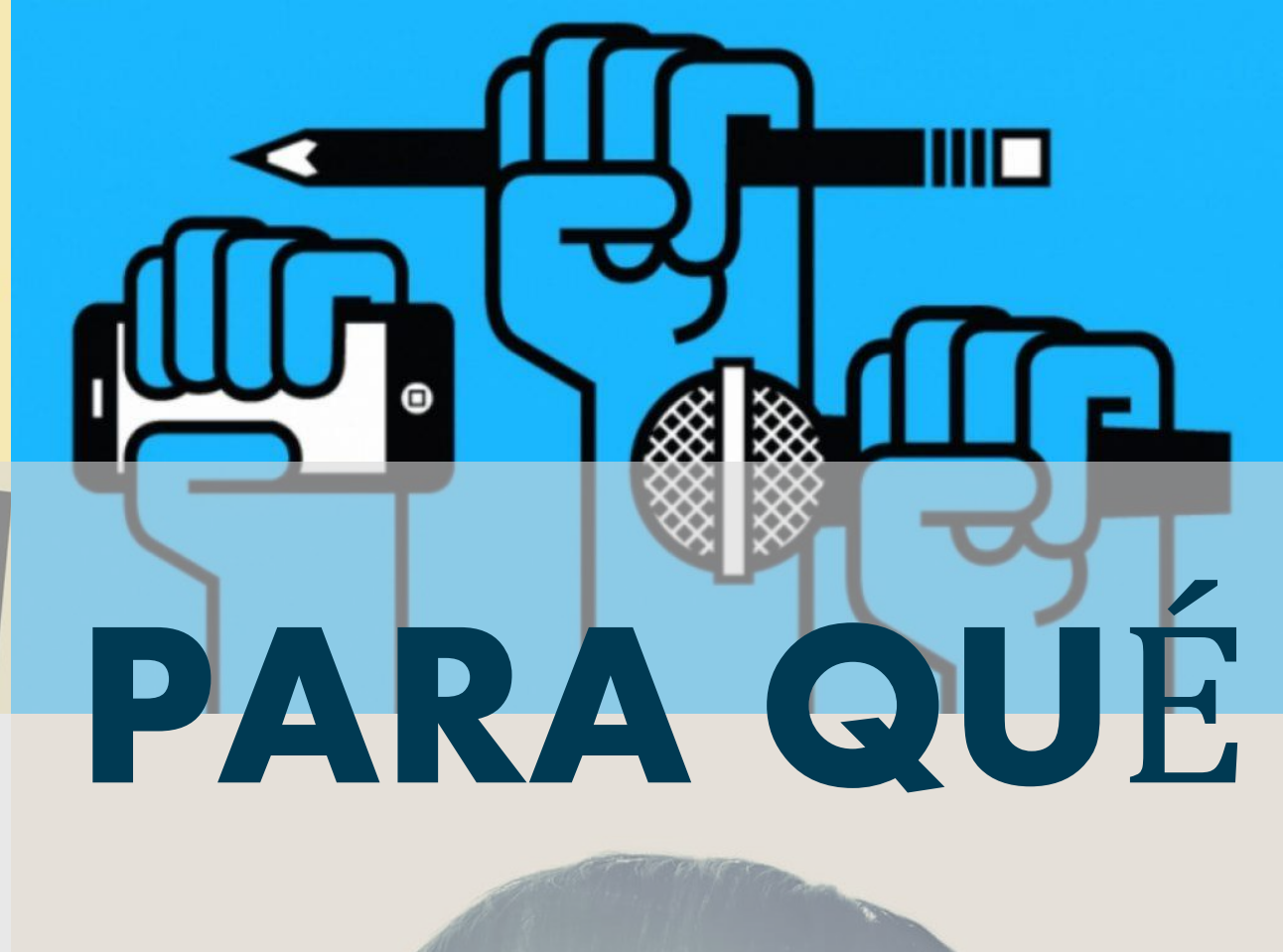


INFLUIR



MANIPULAR



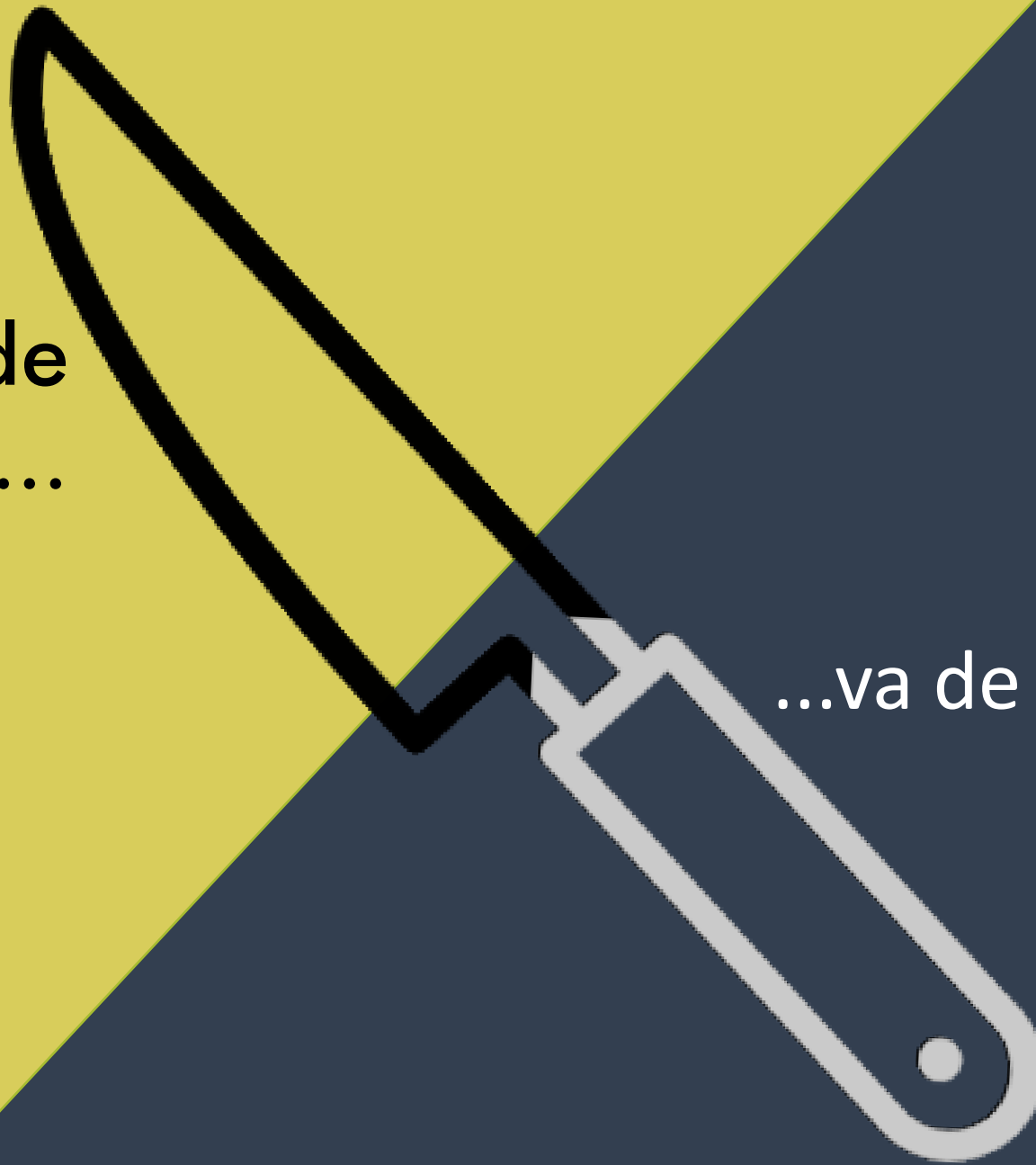


«el problema son las
redes sociales»



esto no va de
herramientas...

...va de DECISIONES



herramientas

MEDIOS de COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD

RRSS

cuando no ayudan

Priorizan opinión - editorial
Espacio ideológico determina los contenidos
Forman parte del *establishment* - 4º poder

Regulada
Evoluciona con Marketing
Siempre en pro de la marca-producto

Consumo rápido
Abortan debates
Fácil crear-diseminar bulos y fakes
“filtro burbuja”: algoritmos de retroalimentación

No!

promesas

Solo si se cumplen y entonces es información y certeza

comparaciones

Que tratan de “consolar” o “atacar”

autojustificación

“otros culpables” .., “no nos dijeron...” ...
o “los expertos (sin aclarar quiénes)”

Sondear...

Lanzar información para “sensar” reacciones tipo globo sonda

bulo – fake..

Ni crearlo, ni difundirlo.

provocación

Tratar de tener el control. Del qué, del cuándo, del cuánto, del a quién

SÍ!



veracidad

Siempre comunico “en verdad”
siendo que ésta va cambiando

honestidad

Siempre comunico desde y para el bien común: también
cuando comunico errores

transparencia

Siempre comunico con claridad, evitando ambigüedades:
también cuando comunico dudas

serenidad

Siempre comunico control desde el autocontrol: también cuando
comunico decisiones graves, complejas o de alto riesgo

tranquilidad

Siempre comunico desde y para el momento presente: con
esperanza pero sin alimentar expectativas

seriedad

Siempre comunico con seriedad, profesionalidad. Sin entrar en
provocaciones. Sin dejarme llevar por impulsos o presiones



¿el ajedrez es UN DEPORTE o un juego?

A close-up photograph of a hand holding a light-colored wooden chess king piece. The hand is positioned at the top left, with the thumb and index finger gripping the top of the piece. The chessboard is visible below, showing a checkered pattern of light and dark squares. Several other chess pieces are scattered across the board, including a dark brown king, a light-colored pawn, a dark brown pawn, and a dark brown knight. The background is a blurred blue wall.

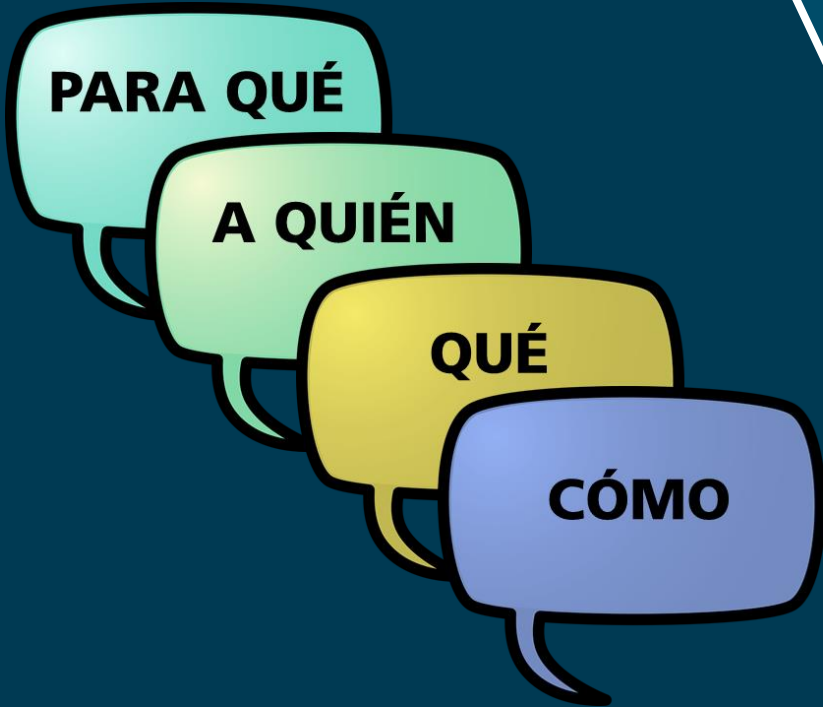
emissores





siempre PERSONAS

SIEMPRE personal



RESPONSABILIDAD




DECISIÓN

ACCIÓN



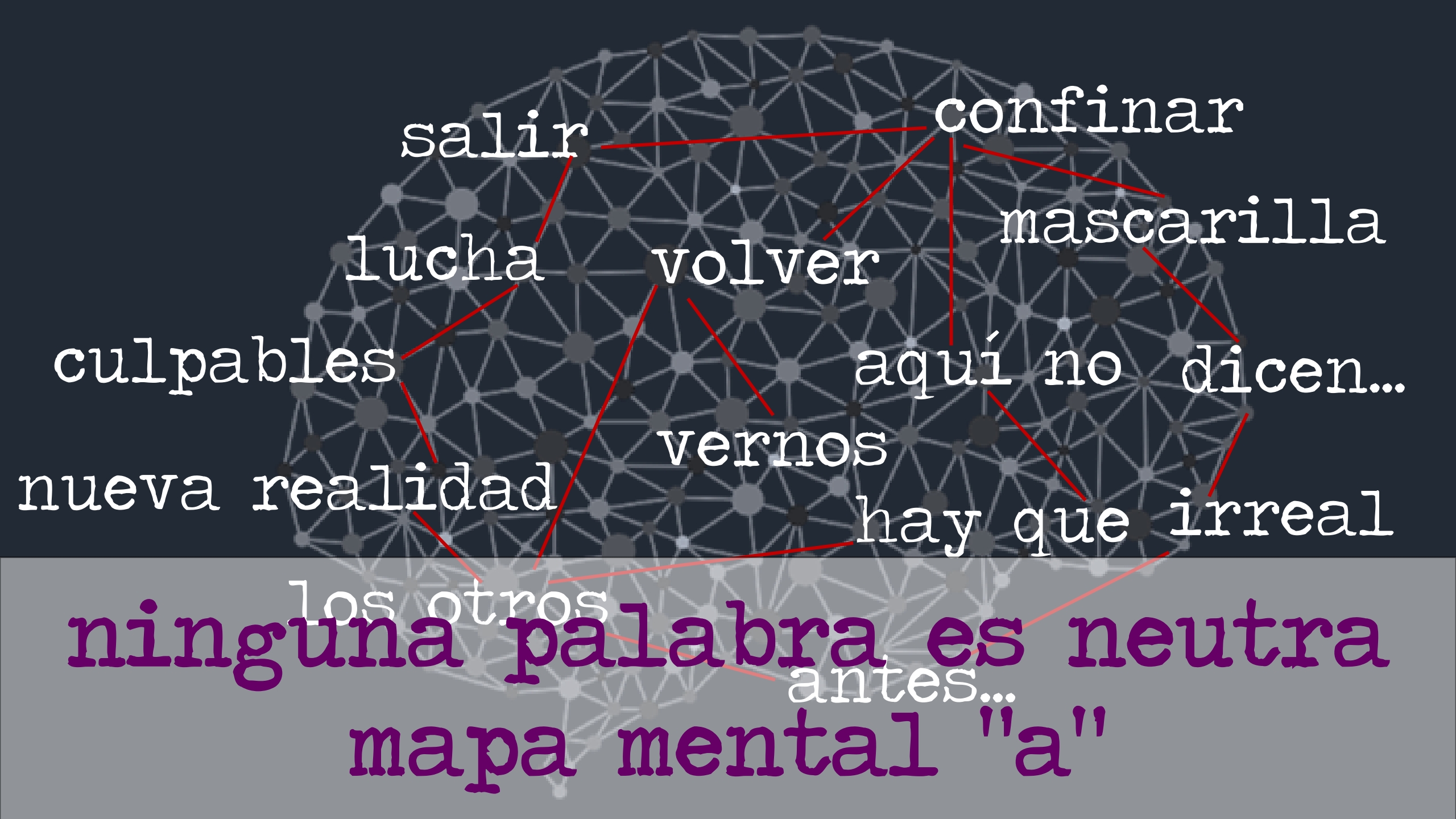
CONSECUENCIAS

A cartoon girl with black hair, a purple bow, a teal shirt, and black shoes with white socks. She is holding a large white sign with black text.

En la vida no hay
buenos ni malos, no
hay "culpables y
víctimas", sino
DECISIONES

A cartoon girl with black hair, a purple bow, a teal shirt, and black shoes with white socks. She is holding a large white sign with black text.

En la vida
no hay premios
ni castigos,
sino
CONSECUENCIAS



no salir

prevenir

cooperar

explorar

cuidar

culpables

opciones

consulto

tele-vernors

para evitar que pase

hay que ánimo

ninguna palabra es neutra

mapa mental "b"

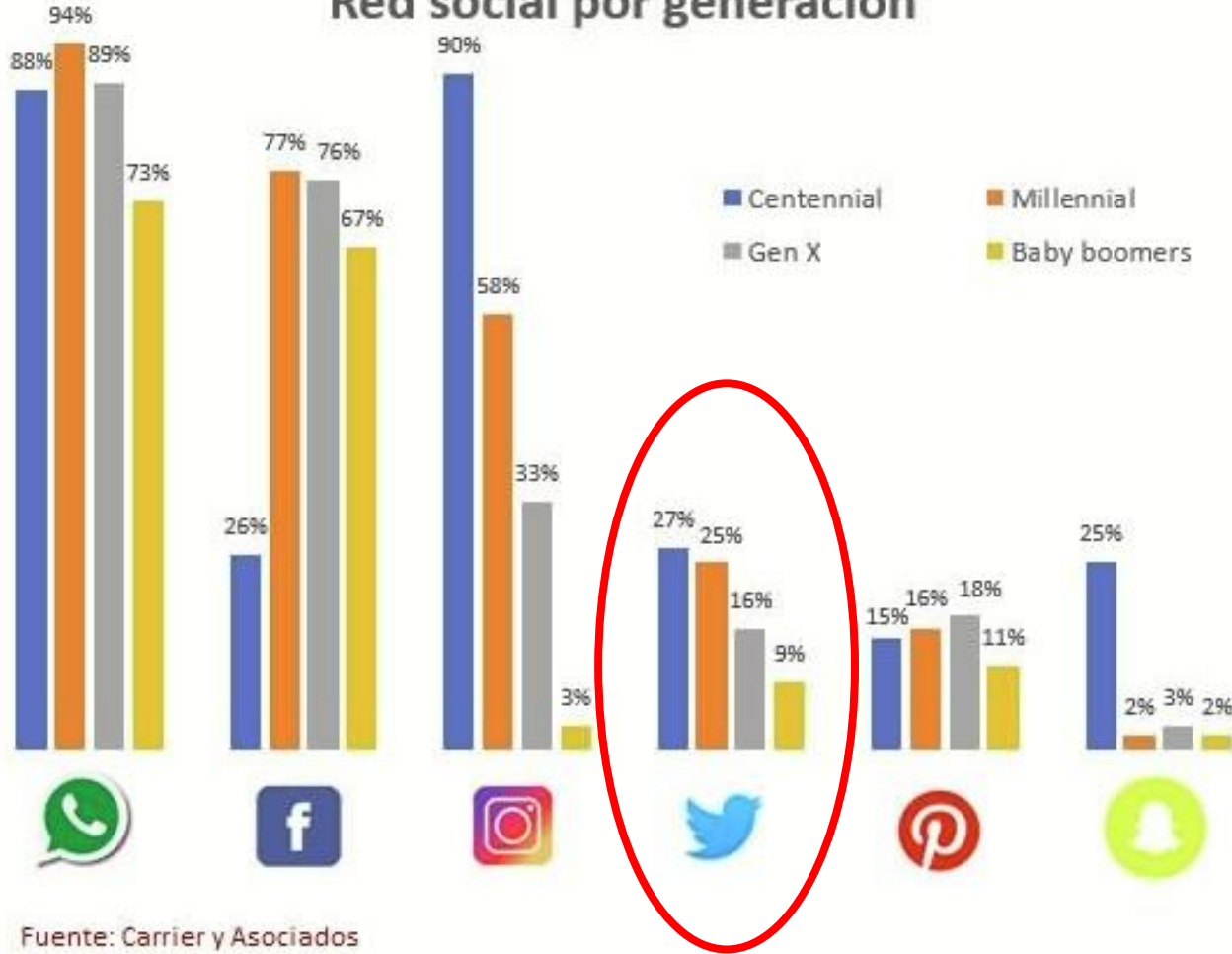
“el poder del receptor”





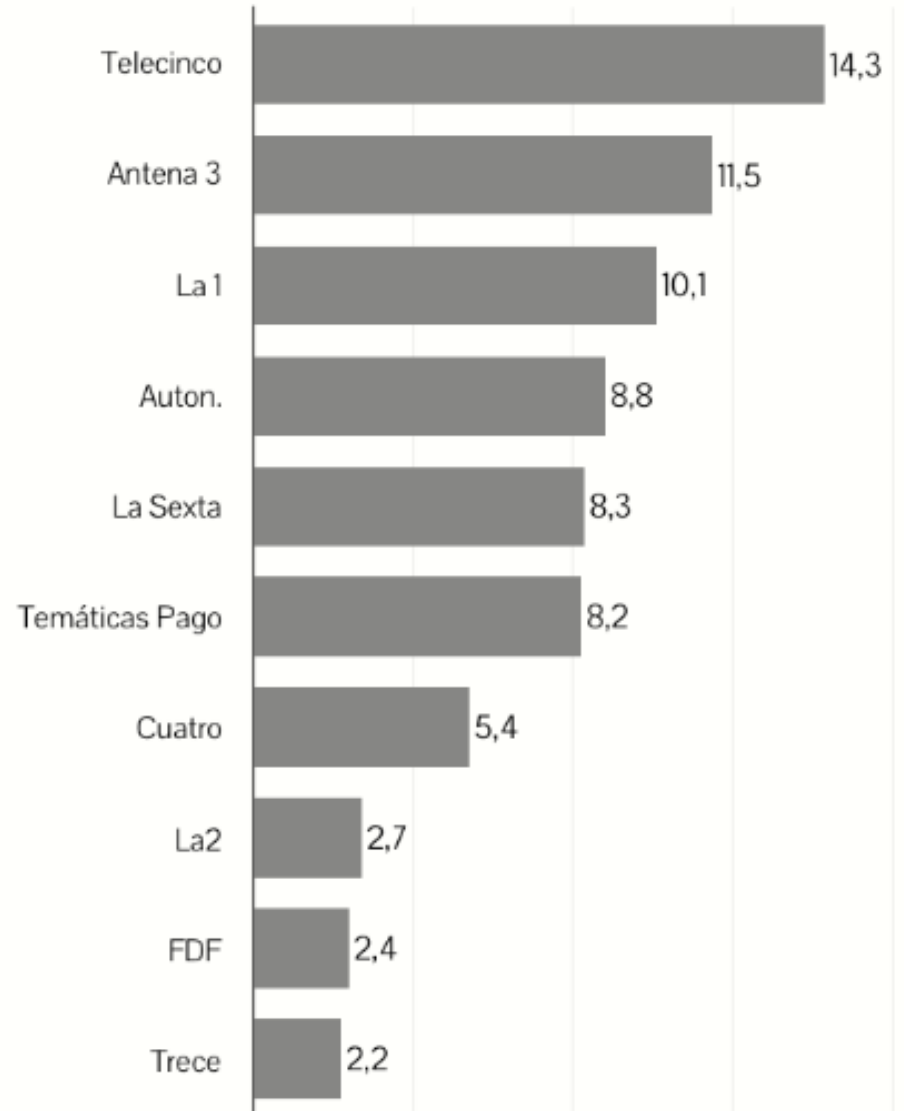
NOMBRE DE LA GENERACIÓN	MARCO TEMPORAL EN ESPAÑA	POBLACIÓN DE LAS GENERACIONES *	CIRCUNSTANCIA HISTÓRICA	RASGO CARACTERÍSTICO
Generación Z	1994 - 2010	7.800.000	Expansión masiva de internet	 Irreverencia
Generación Y <i>millennials</i>	1981 - 1993	7.200.000	Inicio de la digilitación	 Frustración
Generación X	1969 - 1980	9.300.000	Crisis del 73 y transición española	 Obsesión por el éxito
Baby Boom	1949 - 1968	12.200.000	Paz y explosión demográfica	 Ambición
Silent Generation Los niños de la posguerra	1930 - 1948	6.300.000	Conflictos bélicos	 Austeridad

Red social por generación



RANKING CADENAS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA (MARZO 2020)

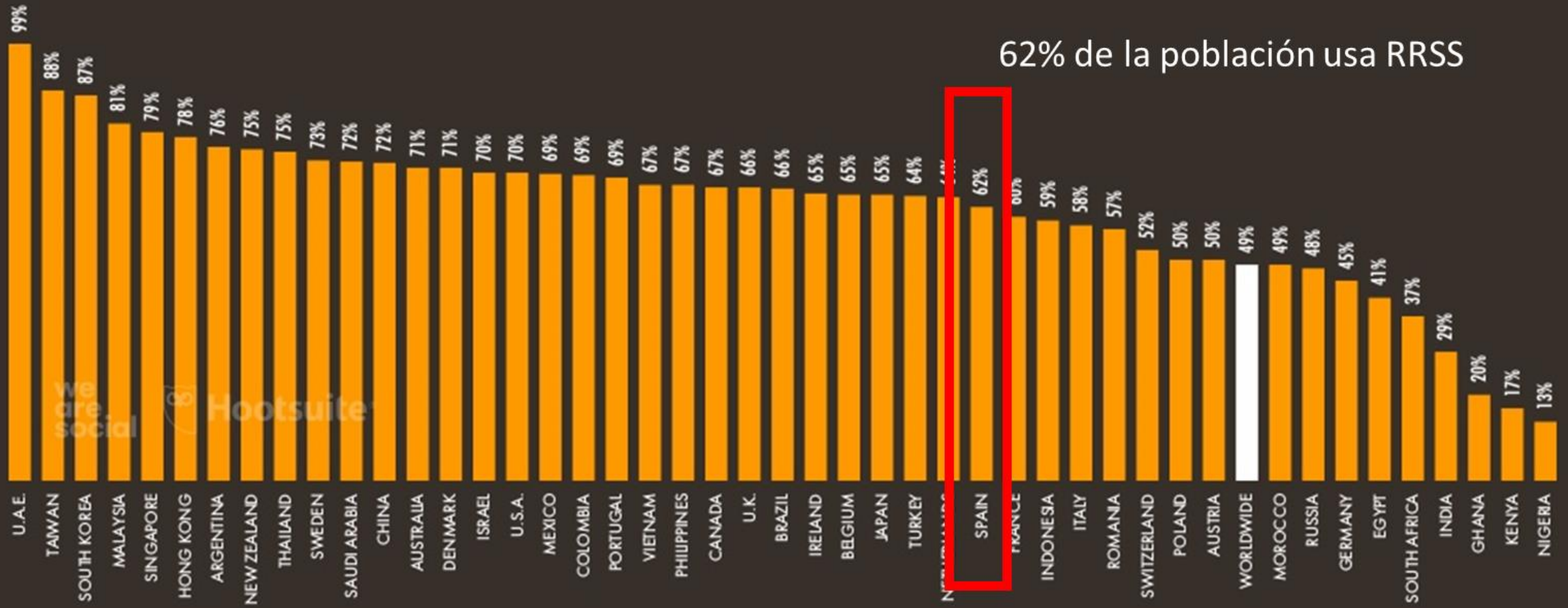
_Data Presented by Reason Why from Barlovento y Kantar Media



JAN
2020

SOCIAL MEDIA PENETRATION

THE NUMBER OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS COMPARED TO TOTAL POPULATION, REGARDLESS OF AGE



62% de la población usa RRSS

JAN 2020

TWITTER REACH RANKINGS

COUNTRIES AND TERRITORIES * WITH THE GREATEST POTENTIAL TWITTER ADVERTISING REACH

#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ
01	U.S.A.	59,350,000	+0.6%
02	JAPAN	45,750,000	-2.7%
03	U.K.	16,700,000	+0.7%
04	SAUDI ARABIA	14,350,000	-2.6%
05	BRAZIL	12,150,000	+0.4%
06	TURKEY	11,800,000	-3.2%
07	INDIA	11,450,000	-4.9%
08	INDONESIA	10,645,000	-0.2%
09	RUSSIA	9,460,000	-42%
10	MEXICO	9,450,000	+1.1%

#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ
11	SPAIN	7,500,000	-4.6%
12	FRANCE	7,445,000	+2.7%
13	CANADA	6,880,000	0%
14	PHILIPPINES	6,625,000	-5.1%
15	THAILAND		
16	AUSTRALIA		
17	SOUTH KOREA		
18	GERMANY		
19	ARGENTINA		
20	MALAYSIA		

JAN 2020

LINKEDIN REACH RANKINGS

COUNTRIES AND TERRITORIES * WITH THE GREATEST POTENTIAL LINKEDIN ADVERTISING REACH

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
01	U.S.A.	160,000,000	0%	[UNCHANGED]
02	INDIA	62,000,000	+1.6%	+1,000,000
03	CHINA	50,000,000	0%	[UNCHANGED]
04	BRAZIL	39,000,000	0%	[UNCHANGED]
				[UNCHANGED]
				[UNCHANGED]
				+1,000,000
				+1,000,000
				+1,000,000
				[UNCHANGED]

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
10=	SPAIN	13,000,000	+8.3%	[UNCHANGED]
12	AUSTRALIA	11,000,000	0%	[UNCHANGED]
13	GERMANY	10,000,000	+3.1%	+300,000
14	NETHERLANDS	8,500,000	+1.2%	+100,000
15	TURKEY	8,400,000	+1.2%	+100,000
16	PHILIPPINES	8,300,000	+3.8%	+300,000
17=	ARGENTINA	7,800,000	+5.4%	+400,000
17=	COLOMBIA	7,800,000	+1.3%	+400,000
19	SOUTH AFRICA	7,600,000	+2.7%	+200,000
20	RUSSIA	6,500,000	-5.8%	-400,000

SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF DATA FROM TWITTER'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). FIGURES BASED ON MID-POINTS OF POPULATION OF AT LEAST 50,000 PEOPLE. **COMPARABILITY ADVISORY:** SIGNIFICANT BASE CHANGES IN TWITTER ADVERTISING TOOLS ARE SUBJECT TO SIGNIFICANT FLUCTUATION, EVEN WITHIN SHORT TIMEFRAMES.

(JANUARY 2020). FIGURES BASED ON MID-POINTS OF POPULATION OF AT LEAST 50,000 PEOPLE.



JAN 2020

FACEBOOK REACH RANKINGS

COUNTRIES AND TERRITORIES * WITH THE GREATEST POTENTIAL FACEBOOK ADVERTISING REACH

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
01	INDIA	260,000,000	-3.7%	-10,000,000
02	U.S.A.	180,000,000	0%	[UNCHANGED]
03	INDONESIA	130,000,000	+8.3%	+10,000,000
04	BRAZIL	120,000,000	0%	[UNCHANGED]
05	MEXICO	84,000,000	+2.4%	+2,000,000
06	PHILIPPINES	70,000,000	+2.9%	+2,000,000
07	VIETNAM	61,000,000	+1.7%	+1,000,000
08	THAILAND	47,000,000	0%	[UNCHANGED]
09	EGYPT	38,000,000	+2.7%	+1,000,000
10=	TURKEY	37,000,000	0%	[UNCHANGED]
10=	U.K.	37,000,000	0%	[UNCHANGED]
12	BANGLADESH	34,000,000	+6.3%	+2,000,000

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
13	PAKISTAN	29,000,000	-4%	+4,000,000
14	COLOMBIA	29,000,000	+5%	+7,000,000
15	FRANCE	29,000,000	+9%	+5,000,000
16=	ARGENTINA	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
16=	ITALY	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
18	GERMANY	28,000,000	0%	[UNCHANGED]
19	NIGERIA	24,000,000	+4.3%	+1,000,000
20=	MALAYSIA	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
20=	PERU	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
22=	CANADA	21,000,000	0%	[UNCHANGED]
22=	MYANMAR	21,000,000	+5.0%	[UNCHANGED]
22=	SPAIN	21,000,000	-4.5%	[UNCHANGED]

INSTAGRAM REACH RANKINGS

COUNTRIES AND TERRITORIES * WITH THE GREATEST POTENTIAL INSTAGRAM ADVERTISING REACH

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
04	INDONESIA	63,000,000	+5.0%	+3,000,000
05	RUSSIA	44,000,000	+4.8%	+2,000,000
06	TURKEY	38,000,000	+2.7%	+1,000,000
07	JAPAN	29,000,000	+7.4%	+2,000,000
08=	MEXICO	24,000,000	+9.1%	+2,000,000
08=	U.K.	24,000,000	+4.8%	+2,000,000
10	GERMANY	21,000,000	+5.5%	+1,100,000

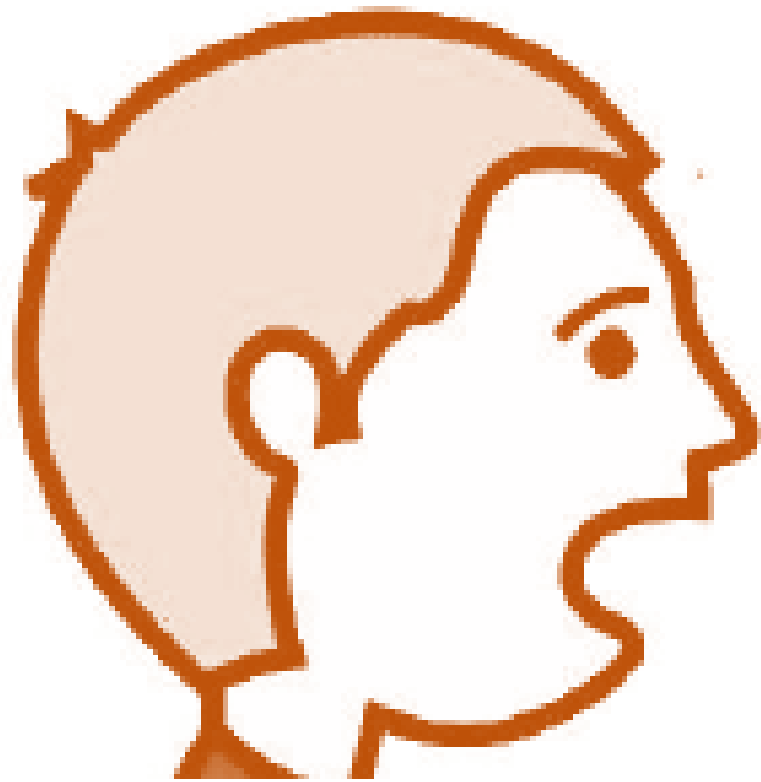
#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
11	ITALY	20,000,000	+2.6%	+500,000
12	FRANCE	18,000,000	+6.5%	+1,100,000
13	ARGENTINA	17,000,000	+4.3%	+700,000
14	SPAIN	16,000,000	+2.6%	+400,000
15=	CANADA	13,000,000	+4.8%	+600,000
15=	SOUTH KOREA	13,000,000	+8.3%	+600,000
17=	COLOMBIA	12,000,000	+6.2%	+700,000
17=	MALAYSIA	12,000,000	+9.1%	+700,000
17=	SAUDI ARABIA	12,000,000	0%	+700,000
17=	THAILAND	12,000,000	+2.6%	+700,000

SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF DATA FROM FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). ***NOTE:** ONLY INCLUDES COUNTRIES AND TERRITORIES WITH POPULATIONS OF AT LEAST 50,000 PEOPLE. **COMPARABILITY ADVISORY:** BASE CHANGES.

SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF INSTAGRAM DATA FROM FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). ***NOTE:** ONLY INCLUDES COUNTRIES AND TERRITORIES WITH POPULATIONS OF AT LEAST 50,000 PEOPLE. **COMPARABILITY ADVISORY:** BASE CHANGES.



receptor: ~~ppobre víctima pasiva!~~



**somos RESPONSABLES también
como RECEPTORES**



RESPONSABILIDAD



DECISIÓN

ACCIÓN



CONSECUENCIAS

Decisiones del Receptor



¿Estás seguro de QUE LO QUE ME VAS A CONTAR ES CIERTO?

¿Lo QUE ME VAS A CONTAR PODRÍA PERJUDICAR A ALGUIEN?

¿Lo que ME VAS A CONTAR TIENE ALGUNA UTILIDAD POSITIVA?

Decisiones del Receptor

EN LA ERA DE LA POSVERDAD



verdad	Post-verdad
Pienso, luego existo	Creo, luego estoy en lo correcto
	

shovel



**¿por qué el producto “fake-bulo-
postverdad” se escucha antes,
más veces, o genera más impacto?**

Cómo me *Sitúo* ante la COMUNICACIÓN

yo decido qué
me refleja



Determinar las causas del inicio y propagación del Gran incendio de Roma es el asunto más problemático de este episodio de la historia romana. Las fuentes que han llegado a nuestros días son diversas pero de escasa aportación, con datos inciertos y sin concordancia en la cuestión de la causa del incendio. La diversidad de causas a la que se ha aludido podemos concentrarlas en torno a cuatro núcleos temáticos.



Rome Burning. Ilustración de Roy 020.

Mandato de Nerón

La Muerte Negra causó estragos entre 1347 y 1352, matando al menos un tercio de la población de Europa

Rápidamente se culpó a los judíos de envenenar los pozos para, siglos más adelante, convertir a las ratas en cabezas de turco. Nada más lejos de la realidad. Según la investigación publicada en *Proceedings of the National Academy of Science (PNAS)*, que forma parte de un proyecto para reconstruir las rutas y las causas de las epidemias antiguas, el modelo que mejor encaja con los hechos ocurridos hace 670 años es el que se basa en los parásitos humanos.

La 'guerra' entre Trump e Inteligencia: "El covid-19 se creó en un laboratorio de Wuhan"

Horas antes, la Oficina del Director de Inteligencia Nacional informó que había un "amplio consenso científico" que concluía que el virus "no fue fabricado o modificado genéticamente"

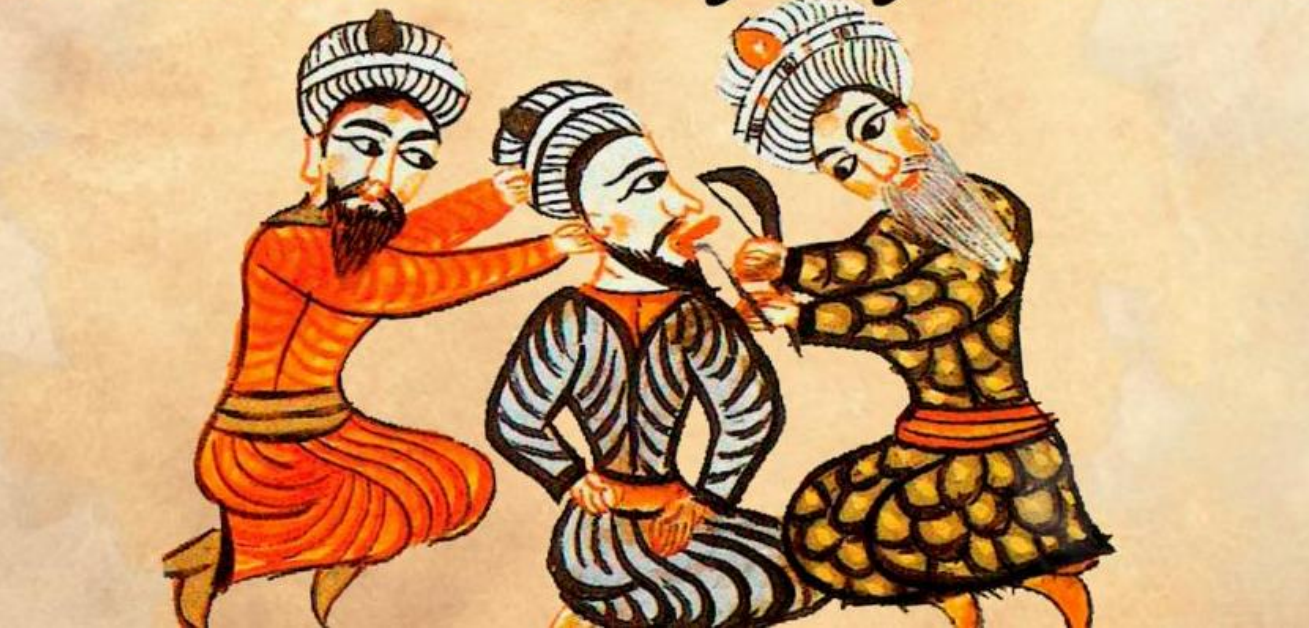


el “espejo-receptores”
me dicen su opinión



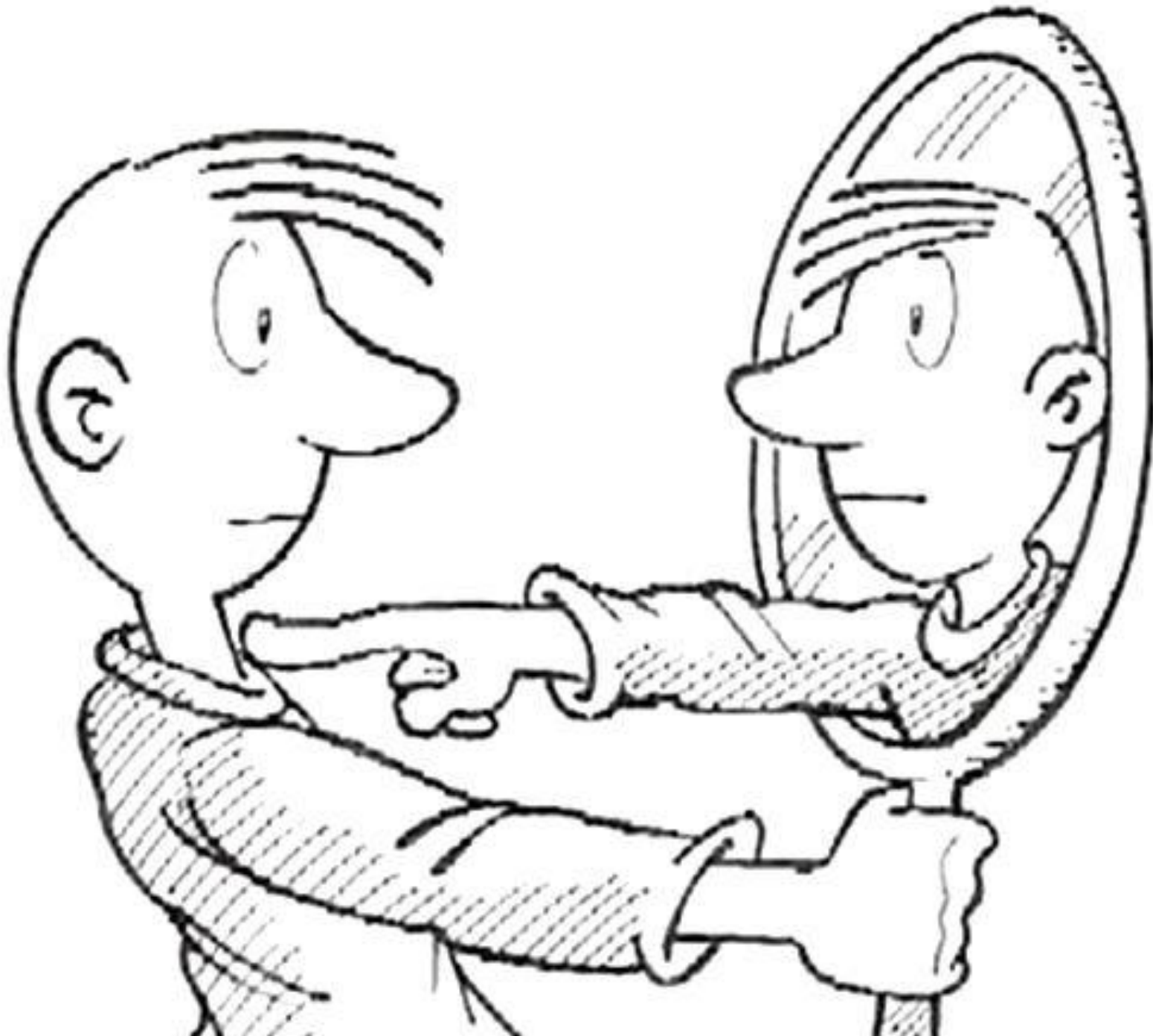


Tolerancia en Al-Ándalus



nos “hundimos” en
nuestro propio espejo





**admitimos
Críticas
Divergencias
Interpelaciones...**



un poco de Ciencia - NeuroCiencia



DOPAMINA

ENDORFINAS

SEROTONINA

OXITOCINA

¡el frontal!

¡la amígdala!



A circular image showing a large, fiery mushroom cloud from a nuclear explosion. The cloud is bright orange and yellow at the base, transitioning to a darker, more turbulent top. The background is a hazy, orange-tinted sky.

CUESTION DE ESCALA

A circular image showing a microscopic view of a virus. The virus is spherical with a complex, multi-layered structure. It features a central core, a middle layer of grey and white, and an outer layer of red, spiky protrusions. Two small yellow dots are visible on the surface.

"el tamaño sí importa..."



DONA UN ÓRGANO

QUÉDATE EN CASA

DA LA VUELTA AL MUNDO

PONTE LA MASCARILLA

intoxinformación

Bulos

Fakes

opiniones...

Información contrastada

Opinión especializada

Comunicación

planificada

COMUNICACIÓN DE IMPACTO

en TITULARES

a GRITOS – GOLPES -

con FUERZA por los Fuertes

PROTAGONISTA EL EMISOR

ALTOS COSTES

es DÉBIL

SECUELAS INCONTROLADAS

efectos INDISCIRIMINADOS

se olvida por el SIGUIENTE RUIDO

COMUNICACIÓN EFICAZ

MENSAJE “inoculado”

en “SILENCIO”

dulcemente. PRESIÓN DE PARES

Se PROPAGA. Se CONTAGIA,
sin saber de quién

bajo COSTE

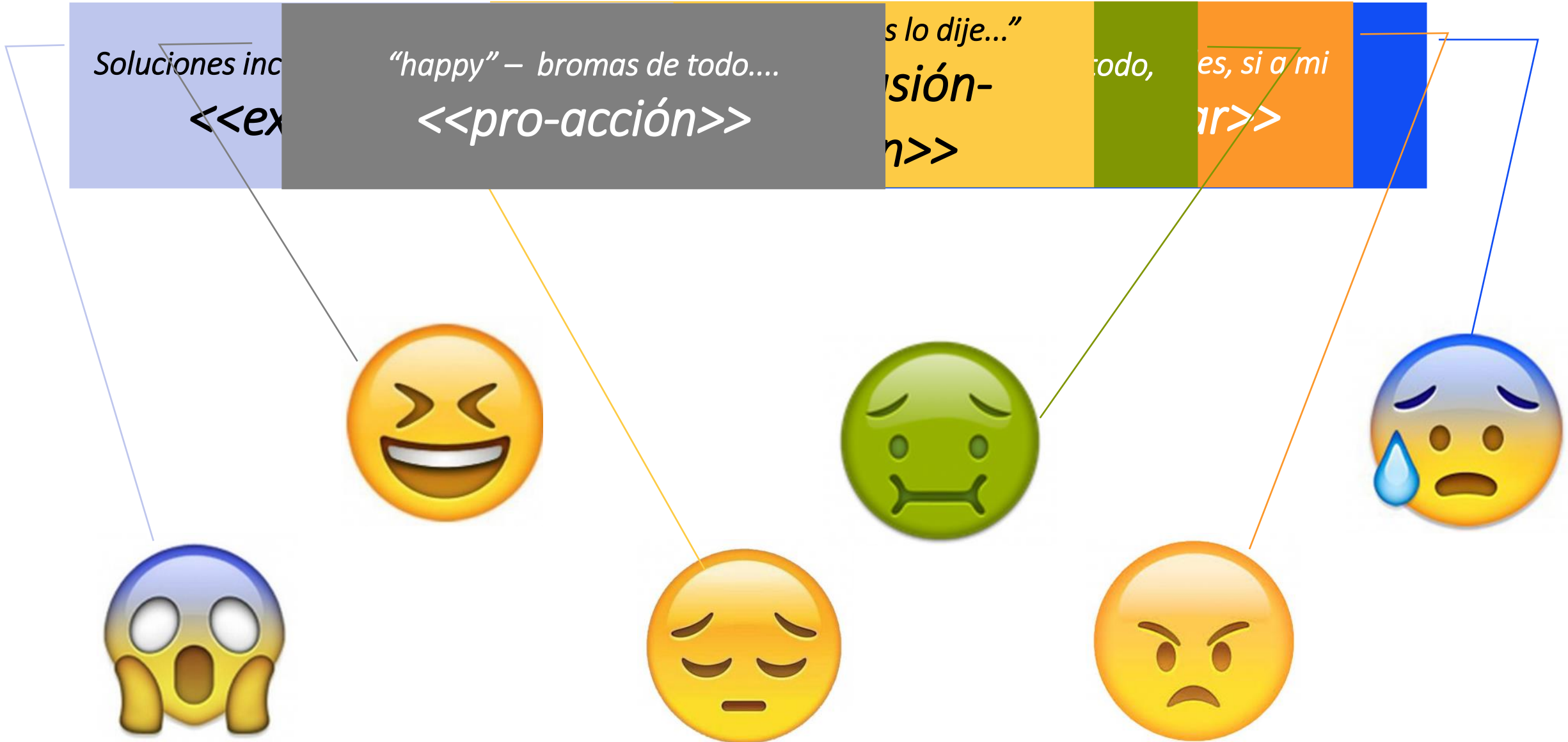
ES CONSISTENTE EN EL TIEMPO

SECUELAS PLANIFICABLES

efectos CONOCIDOS Y CONTROLADOS

Capaz de permanecer por ADAPTABILIDAD

Quando Comunicamos **desde o hacia** las Emociones Básicas



Quando Comunicamos **desde o hacia** el Pensamiento



*Los humanos son "humans" no
"econs"
Toman decisiones ... que no se
corresponden con la lógica
matemática*



*La conducta humana, si
no se decide otra cosa,
funciona en "piloto
automático"*





Sesgos
Cognitivos



Comunicación
Sesgada





DOÑA MANOLITA

Doña Manolita

www.loteriamanolita.com

Loterías y



Apuestas del Estado



Administración nº 67

Probabilidad de que toque el Gordo de Navidad:
0,001%. 1 entre 100.000 (0,00001)



Vas a apostar 100 euros “cara – cruz”

Previamente observas el juego: se ha lanzado la moneda 8 veces y las últimas 6 ha salido cruz.

¿cuál es tu apuesta?

¿cuál es la probabilidad de cada opción?

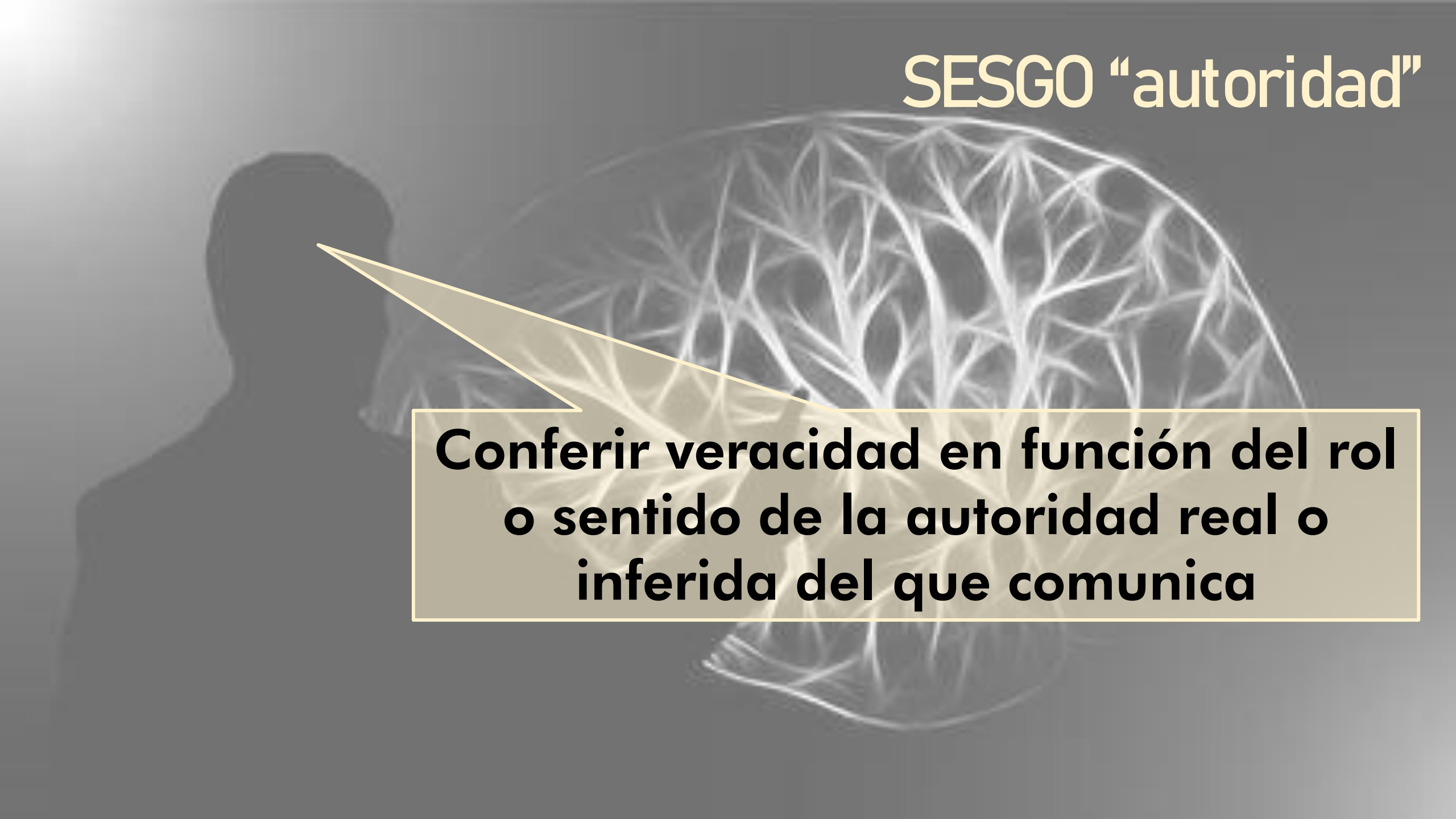
Sesgos Cognitivos

SESGO "PATRÓN ILUSORIO"



“ Un estudio demuestra que hay una relación estadística entre padecer infarto y la presencia de frigorífico en casa”

SESGO “autoridad”



Conferir veracidad en función del rol o sentido de la autoridad real o inferida del que comunica

Más de 100 atendidos en EE UU por ingerir productos desinfectantes tras la sugerencia de Trump

20MINUTOS 25.04.2020 - 16:56H



- ▣ [La cara de 'poker' de la responsable del coronavirus en EE UU al oír la propuesta de Trump de inyectar desinfectante.](#)
- ▣ [Última hora y todas las noticias sobre el coronavirus.](#)
- ▣ [Mapa de la evolución de la Covid-19 en España.](#)

≡ EL PAÍS

INTERNACIONAL

EUROPA EE UU MÉXICO AMÉRICA LATINA ORIENTE PRÓXIMO ASIA ÁFRICA FOTOS OPINIÓN ÚLTIMAS NOTICIAS

LA CRISIS DEL CORONAVIRUS >

Trump sugiere tratar el coronavirus con “una inyección de desinfectante” o con “luz solar”

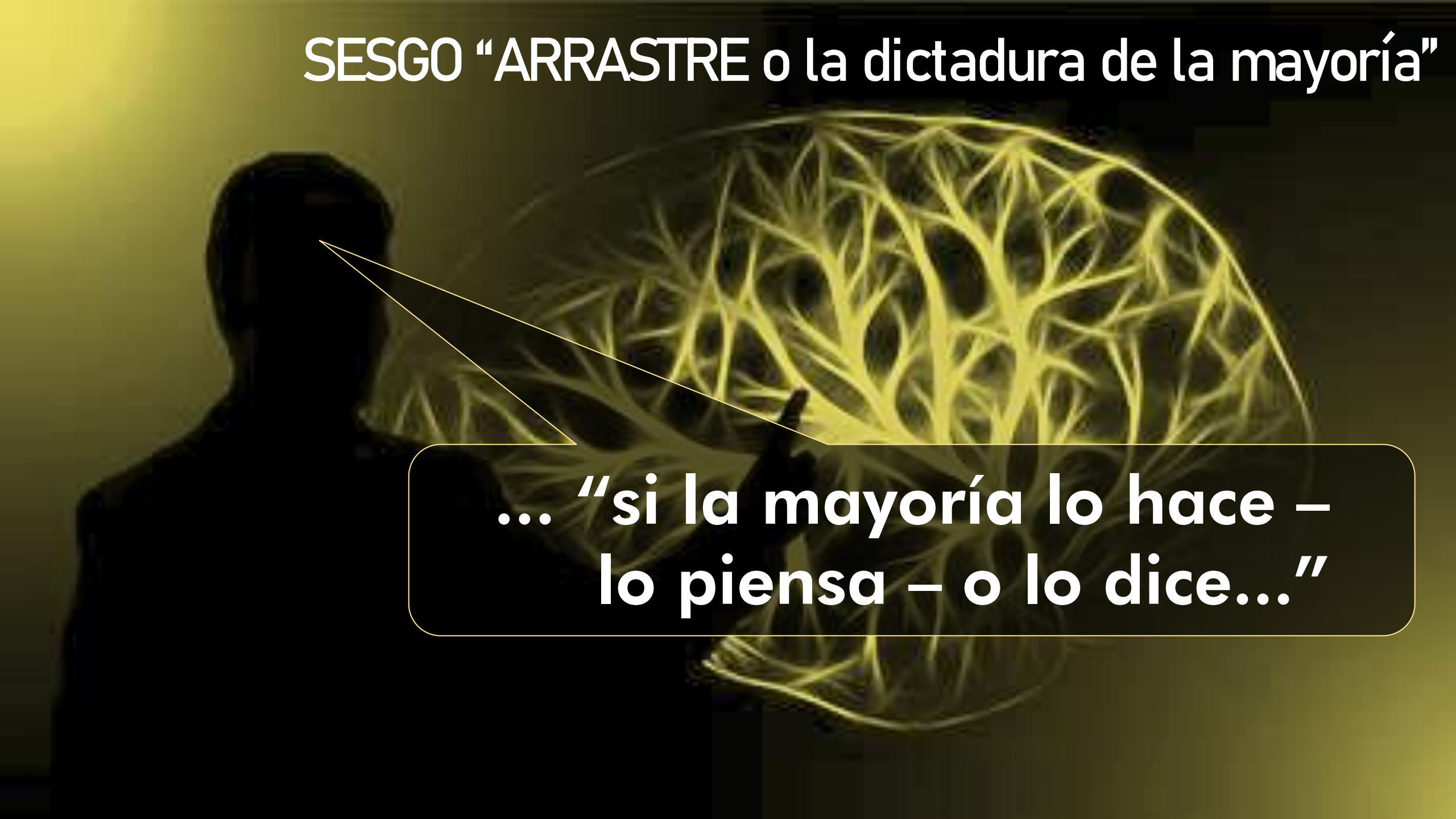
Los expertos científicos y sanitarios critican las afirmaciones del presidente de EE UU por considerar que son un mensaje irresponsable e “inadecuado”

CORONAVIRUS

¿Por qué hay cientos de intoxicados en USA por beber desinfectante?

Este sábado se dio a conocer que las llamadas por desintoxicación al ingerir desinfectantes aumentaron en USA. ¿Por qué ocurrió aquello en dicha nación?

SESGO "ARRASTRE o la dictadura de la mayoría"



... "si la mayoría lo hace –
lo piensa – o lo dice..."

A detailed engraving of Ignaz Semmelweis, a Hungarian physician. He is shown from the chest up, in a three-quarter profile view facing right. He has a high forehead with receding hair, a prominent mustache, and is wearing a dark suit jacket over a white shirt and a dark bow tie. The background is a textured, light-colored wash.

Ignaz Semmelweis

húngaro
ginecólogo

defendió la higiene de manos
...., fue encerrado por “loco” por la
creencia de la mayoría...

SESGO “JUICIO A PRIORI”



... “interpretar el mensaje desde mi opinión a priori, sobre quién lo dice o dónde se publica...”

LA RAZÓN

DIARIO INDEPENDIENTE DE INFORMACIÓN GENERAL • JUEVES 23 de agosto de 2012 • Año XXV • Nº 5.001 • Precio 1,50 Euros • EDICIÓN CASTILLA Y LEÓN

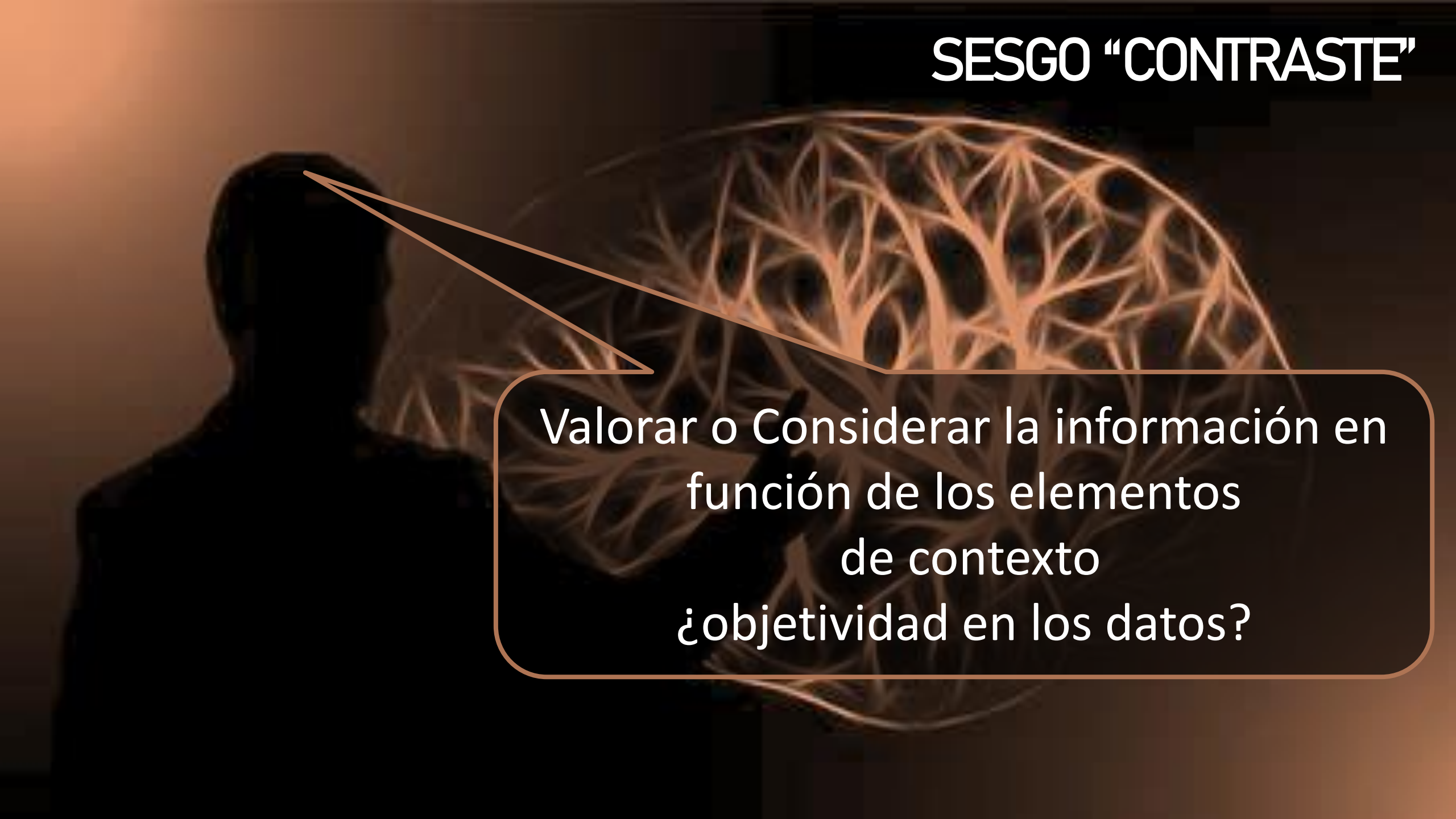
El incendio de León se rebaja a nivel 1 pero ocupa un radio de 60 km CyLP1



El Presidente Sánchez
ha tomado una magnífica
decisión

Compartimos las
manifestaciones que el
portavoz de Vox hizo ayer
en el Parlamento

SESGO "CONTRASTE"



Valorar o Considerar la información en
función de los elementos
de contexto
¿objetividad en los datos?

hechos

datos

titulares

Muertos de ETA

25 muertos

Muerto: Alfredo P. Rubalcaba

1 muerto



hechos

datos

titulares

Muertos:
Tsunami 2004

230.000

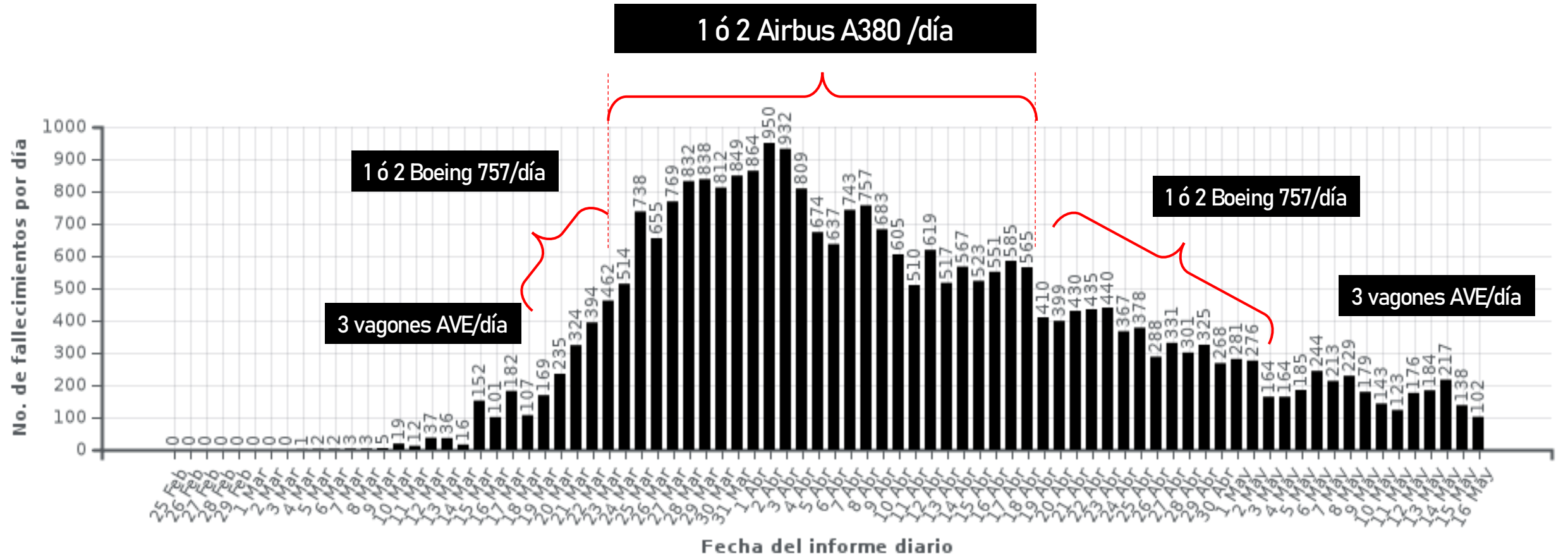
*"ningún muerto
español"*

Muertos covid-
26 de abril 2020

23.190

*"menos 400 muertos /
día"*

FALLECIDOS por covid-19 cada DÍA





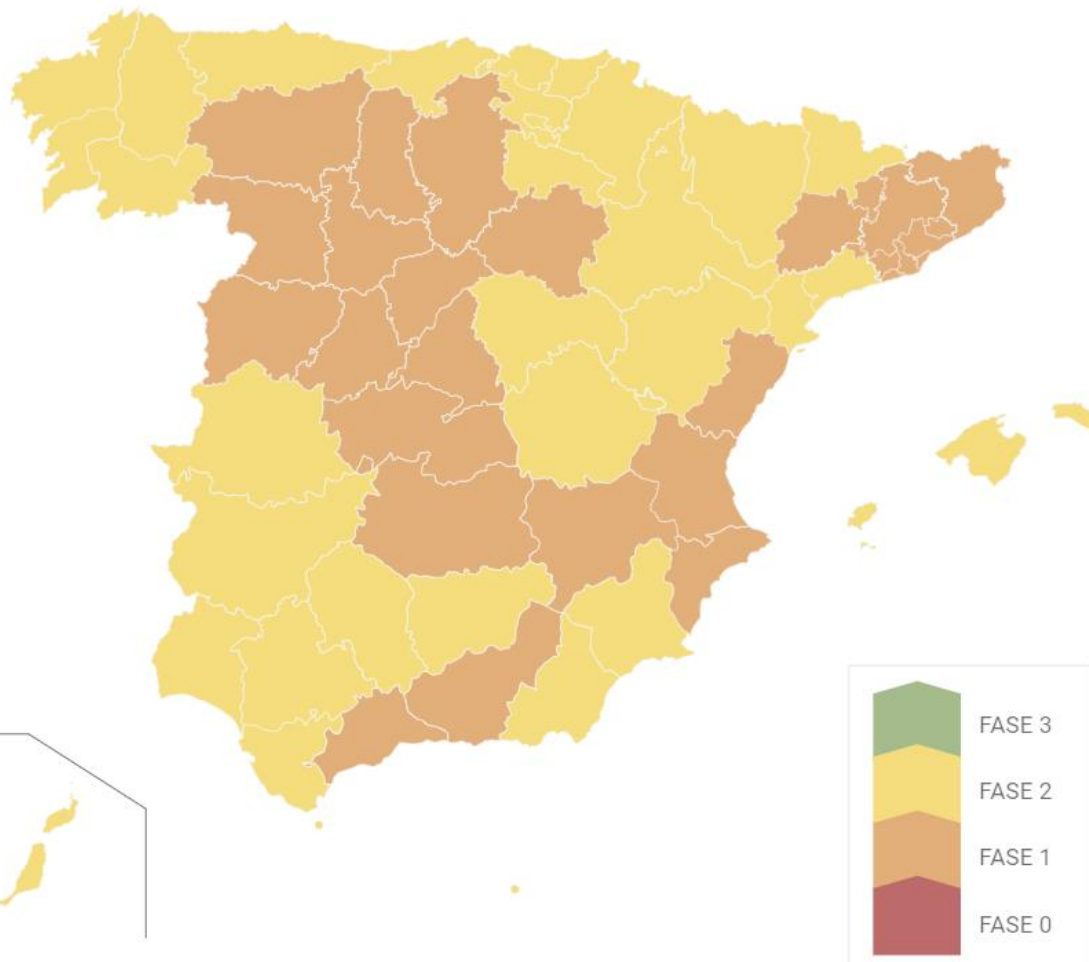
COMUNIDAD	POBLACIÓN	CASOS COVID-19	POR 1000 HAB	COMUNIDAD	POBLACIÓN	CASOS COVID-19	POR 1000 HAB	COMUNIDAD	POBLACIÓN	CASOS COVID-19	POR 1000 HAB
PAÍS	47.026.208	230.037	489,17%	PAÍS	47.026.208	230.037	489,17%	PAÍS	25.393.196	53.068	208,99%
01 Andalucía	8.414.240	12.547	149,12%	13 Madrid, Comunidad de	6.663.394	67.049	1006,23%	13 Madrid, Comunidad de	6.663.394	67.049	1006,23%
09 Cataluña	7.675.217	55.888	728,16%	09 Cataluña	7.675.217	55.888	728,16%	08 Castilla - La Mancha	2.032.863	16.789	825,88%
13 Madrid, Comunidad de	6.663.394	67.049	1006,23%	07 Castilla y León	2.399.548	18.627	776,27%	15 Navarra,	654.214	5.195	794,08%
10 Comunitat Valenciana	5.003.769	10.987	219,57%	08 Castilla - La Mancha	2.032.863	16.789	825,88%	07 Castilla y Leon	2.399.548	18.627	776,27%
12 Galicia	2.699.499	9.077	336,25%	16 País Vasco	2.207.776	13.421	607,90%	09 Cataluña	7.675.217	55.888	728,16%
07 Castilla y León	2.399.548	18.627	776,27%	01 Andalucía	8.414.240	12.547	149,12%	16 País Vasco	2.207.776	13.421	607,90%
16 País Vasco	2.207.776	13.421	607,90%	10 Comunitat valenciana	5.003.769	10.987	219,57%	02 Aragón	1.319.291	5.588	423,56%
05 Canarias	2.153.389	2.307	107,13%	12 Galicia	2.699.499	9.077	336,25%	06 Cantabria	581.078	2279	392,20%
08 Castilla - La Mancha	2.032.863	16.789	825,88%	02 Aragón	1.319.291	5.588	423,56%	12 Galicia	2.699.499	9.077	336,25%
14 Murcia, Región de	1.493.898	1.570	105,09%	15 Navarra,	654.214	5.195	794,08%	17 Rioja, La	316.798	1.033	326,08%
02 Aragón	1.319.291	5.588	423,56%	11 Extremadura	1.067.710	3.042	284,91%	11 Extremadura	1.067.710	3.042	284,91%
04 Balears, Illes	1.149.460	2.024	176,08%	03 Asturias, Principado de	1.022.800	2.374	232,11%	03 Asturias, Principado de	1.022.800	2.374	232,11%
11 Extremadura	1.067.710	3.042	284,91%	05 Canarias	2.153.389	2.307	107,13%	10 Comunitat Valenciana	5.003.769	10.987	219,57%
03 Asturias Principado de	1.022.800	2.374	232,11%	06 Cantabria	581.078	2279	392,20%	04 Balears, Illes	1.149.460	2.024	176,08%
15 Navarra,	654.214	5.195	794,08%	04 Balears, Illes	1.149.460	2.024	176,08%	01 Andalucía	8.414.240	12.547	149,12%
06 Cantabria	581.078	2279	392,20%	14 Murcia, Región de	1.493.898	1.570	105,09%	18 Ceuta	84.777	119	140,37%
17 Rioja, La	316.798	1.033	326,08%	17 Rioja, La	316.798	1.033	326,08%	19 Melilla	86.487	121	139,91%
19 Melilla	86.487	121	139,91%	19 Melilla	86.487	121	139,91%	05 Canarias	2.153.389	2.307	107,13%
18 Ceuta	84.777	119	140,37%	18 Ceuta	84.777	119	140,37%	14 Murcia, Región de	1.493.898	1.570	105,09%

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2853#!tabs-tabla>

FASES DE LA DESESCALADA POR PROVINCIAS Y TERRITORIOS

España avanza a Fase 2, salvo Madrid, Castilla y León, la Comunidad Valenciana y partes de Cataluña, Andalucía y Castilla-La Mancha

11 de mayo 18 de mayo 25 de mayo




COMUNIDAD	POBLACIÓN	CASOS COVID-19	POR 1000 HAB
PAÍS	25.393.196	53.068	208,99%
13 Madrid, Comunidad de	6.663.394	67.049	1006,23%
08 Castilla - La Mancha	2.032.863	16.789	825,88%
15 Navarra,	654.214	5.195	794,08%
07 Castilla y Leon	2.399.548	18.627	776,27%
09 Cataluña	7.675.217	55.888	728,16%
16 País Vasco	2.207.776	13.421	607,90%
02 Aragón	1.319.291	5.588	423,56%
06 Cantabria	581.078	2.279	392,20%
12 Galicia	2.699.499	9.077	336,25%
17 Rioja, La	316.798	1.033	326,08%
11 Extremadura	1.067.710	3.042	284,91%
03 Asturias, Principado de	1.022.800	2.374	232,11%
10 Comunitat Valenciana	5.003.769	10.987	219,57%
04 Balears, Illes	1.149.460	2.024	176,08%
01 Andalucía	8.414.240	12.547	149,12%
18 Ceuta	84.777	119	140,37%
19 Melilla	86.487	121	139,91%
05 Canarias	2.153.389	2.307	107,13%
14 Murcia, Región de	1.493.898	1.570	105,09%

SESGO "FALSO ACUERDO"

Mejor polarizar los postulados para
"ganar" antes y más

(propongo 10... para acordar 5)

SESGO "CONFIRMACIÓN"

A silhouette of a person in profile, pointing their right index finger towards a glowing, stylized brain. A speech bubble originates from the person's mouth, containing text. The background is a dark blue gradient.

Seleccionar sólo lo que se corresponde con lo que sé-creo-..., y usarlo como confirmación de certeza

Por qué todo el mundo piensa como tú

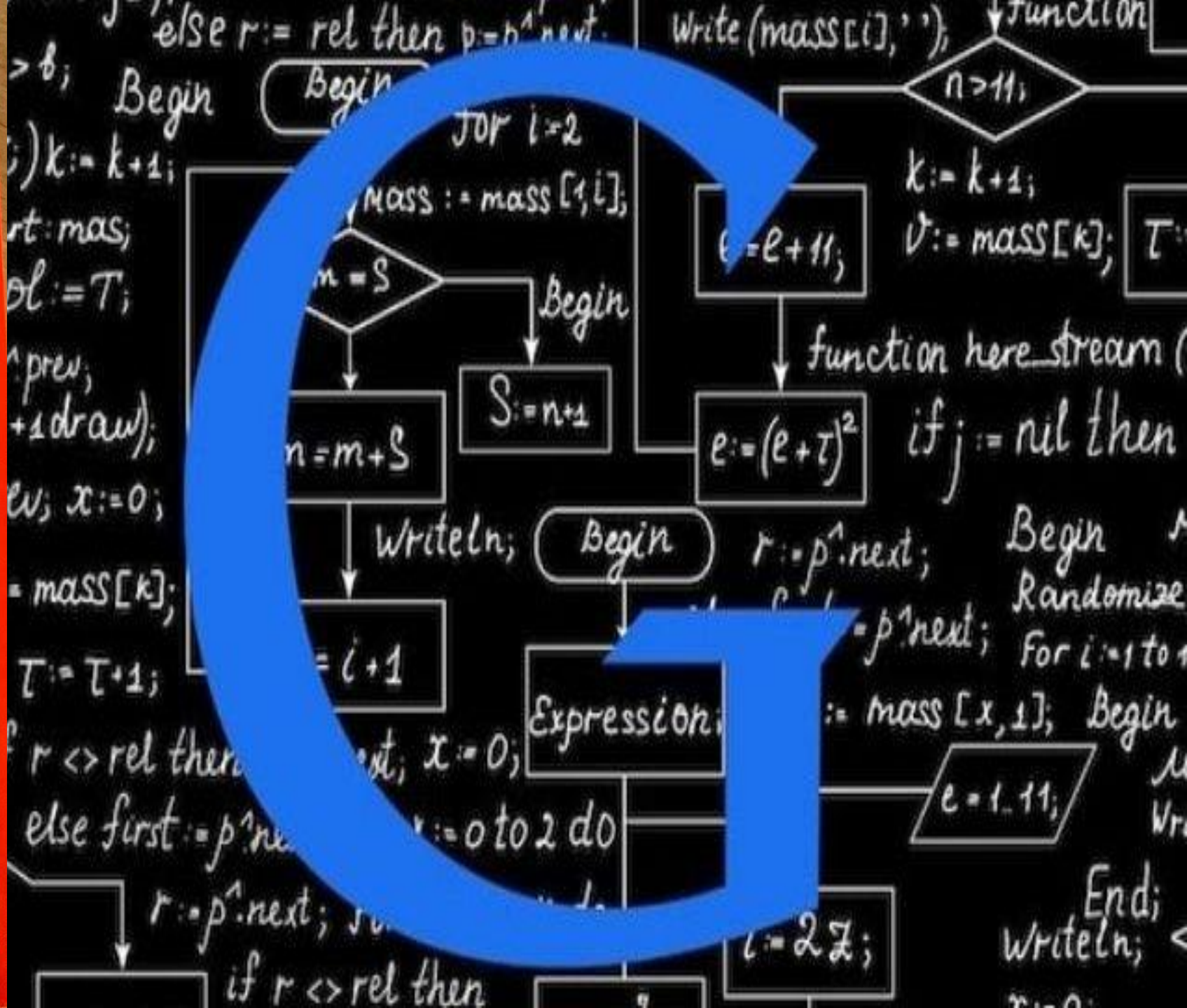
EL FILTRO BURBUJA

«Muy oportuno. Una poderosa denuncia del sistema actual.» *The Wall Street Journal*

CÓMO LA RED
DECIDE LO QUE
LEEMOS
Y LO QUE
PENSAMOS
ELI PARISER

«Estremecedor.» *The New York Review of Books*

taurus
T



SESGO "ENCUADRE"

Cambio de interpretación de hechos o datos por cómo se presentan

Facebook post interface showing a search bar, user profile (Lucía Miralles Gon...), and a post by Concepcion Labao Moreno. The post includes two polar projection maps of the Arctic region showing ozone levels on 29 DE MARZO 2020 and 21 DE ABRIL 2020. The caption reads: "Se cierra el mayor agujero en la capa de ozono jamás detectado en el Ártico". A comment by Concepcion Labao Moreno is circled in red: "Las cosas malas también traen cosas buenas".

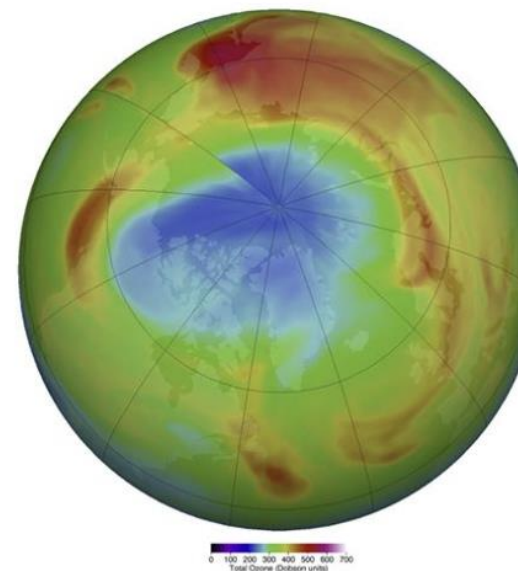
FENÓMENO SIN PRECEDENTES

El sorprendente agujero en el ozono del Ártico empieza a cerrarse gracias al calor

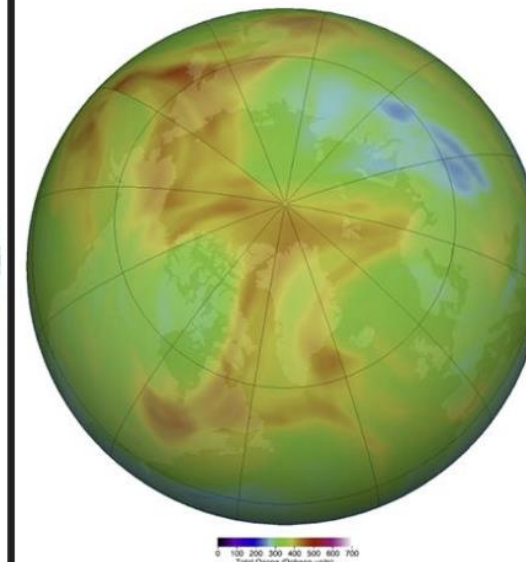


• El cambio observado cerca del Polo Norte no tiene nada que ver con la reducción de la contaminación debido al confinamiento

29 DE MARZO 2020




21 DE ABRIL 2020



Comparativa de los niveles de ozono en el Ártico el día 29 de marzo y 21 de abril de 2020. (NASA)

Ahora, después de un mes, este agujero se ha cerrado. El motivo de su desaparición no tiene nada que ver con la reducción de la contaminación que ha permitido el confinamiento, sino más bien a un 'ola de calor'.

SESGO "RETROSPECTIVA"

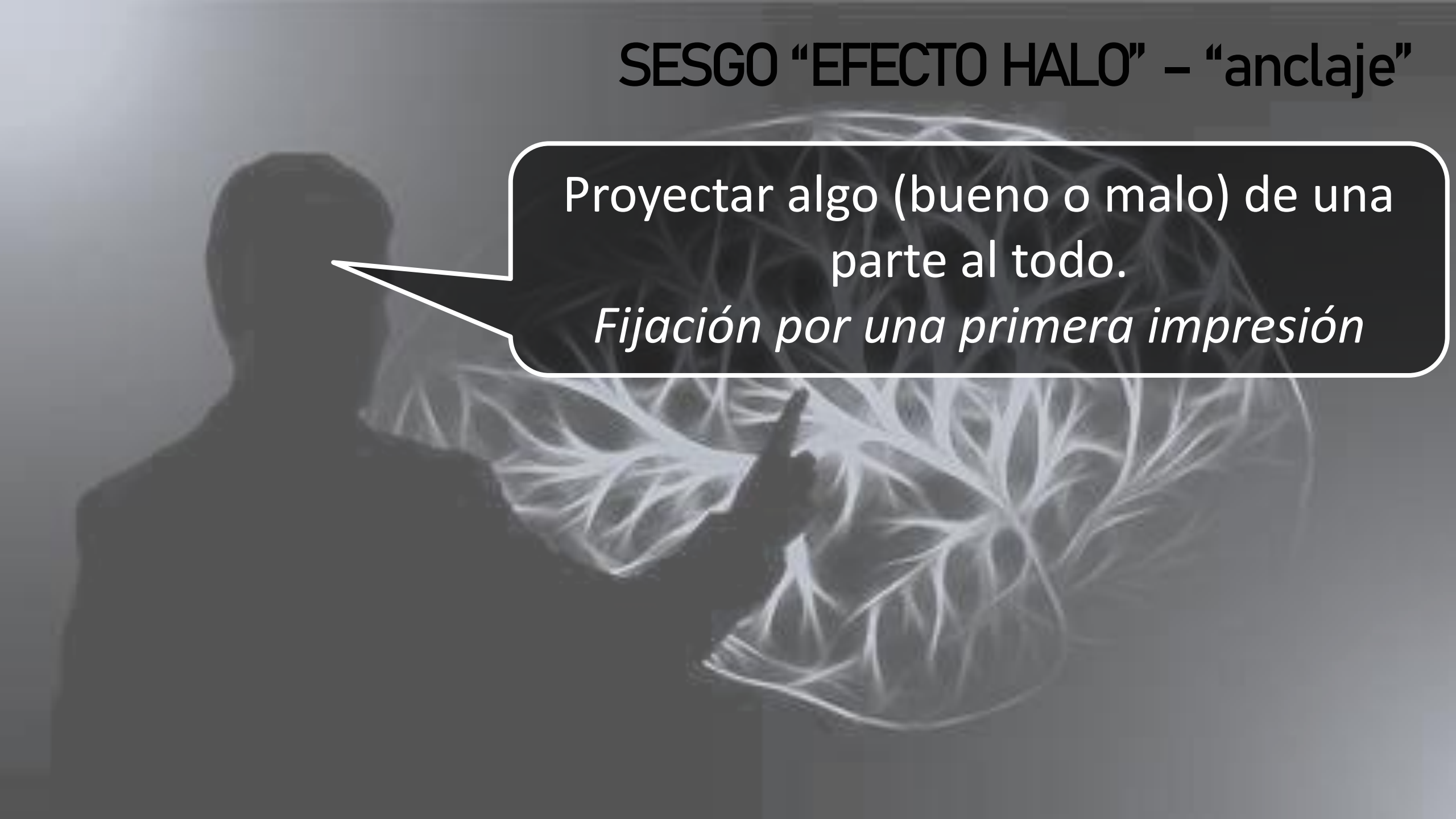


Concluir afirmaciones –decisiones-
convicciones, una vez han ocurrido,
o en función de los resultados
(efecto retrovisor)

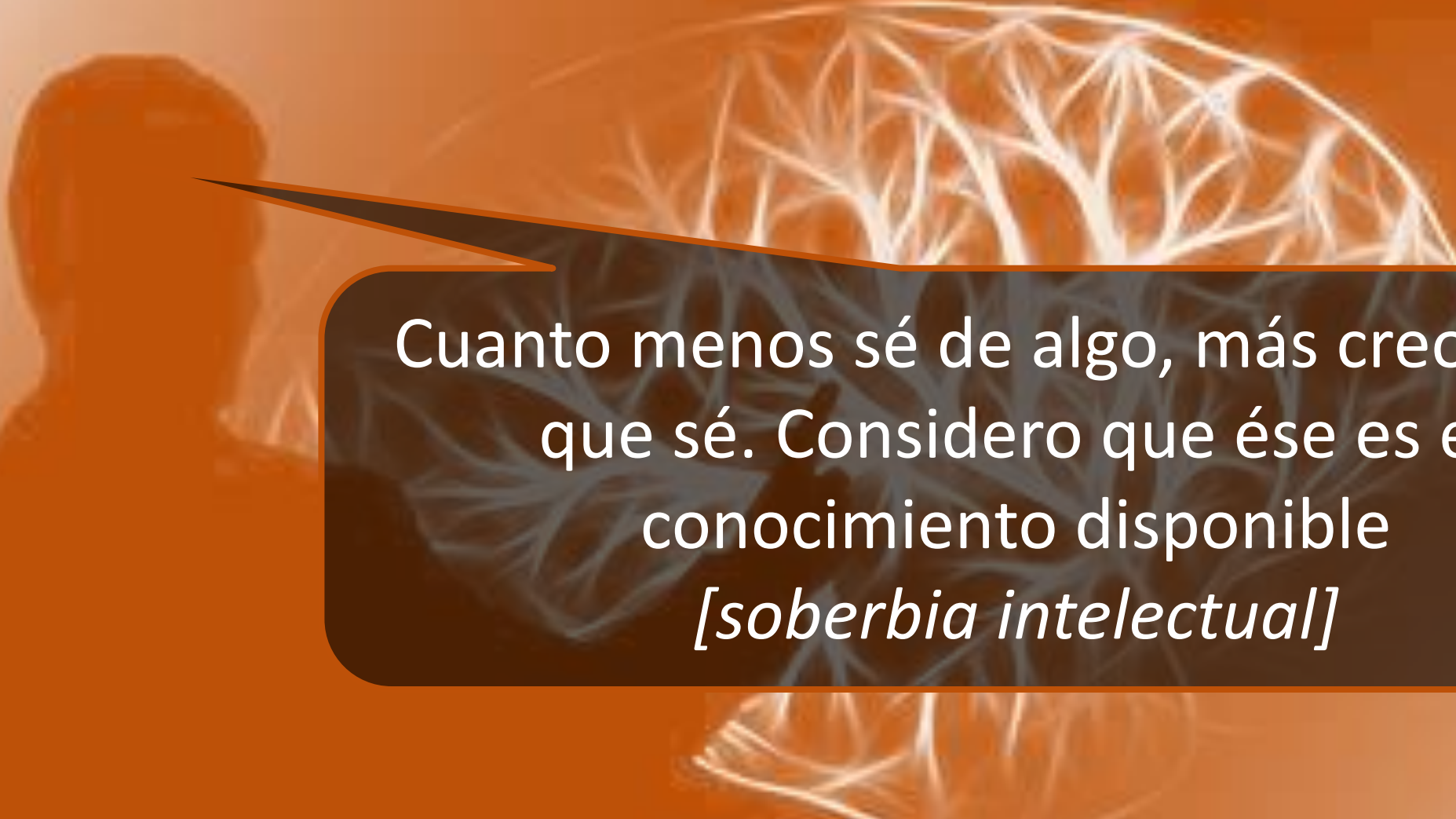
SESGO “EFECTO HALO” – “anclaje”

Proyectar algo (bueno o malo) de una parte al todo.

Fijación por una primera impresión



SESGO “dunning-kruger”

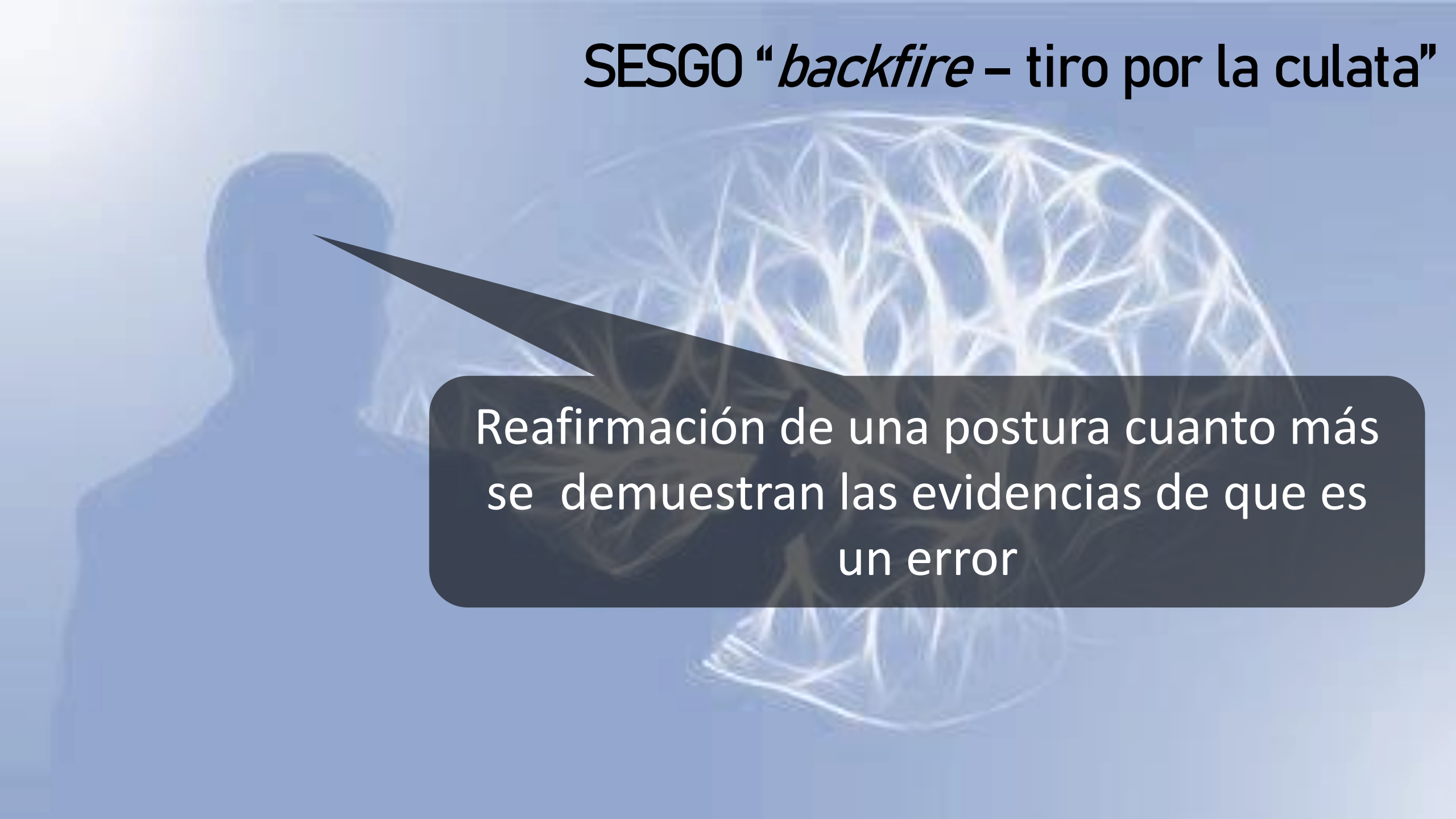


Cuanto menos sé de algo, más creo en lo que sé. Considero que ése es el conocimiento disponible
[soberbia intelectual]



todos somos "*entrenadores de futbol*"
todos somos "*epidemiólogos...*"
..., con sólo leer un titular ¡¡!!

SESGO “*backfire* – tiro por la culata”



Reafirmación de una postura cuanto más se demuestran las evidencias de que es un error



Miguel Bosé ✓ @BoseOfficial · 9 jun.

En respuesta a @BoseOfficial

Una vez que activen la red 5G, clave en esta operación de dominio global, seremos borregos a su merced y necesidades. Pedro Sánchez "El Salvador", en nombre del Gobierno de todos los españoles, acaba de hacerse cómplice de este plan macabro y supremacista, como de costumbre sin

4,4 mil



9,6 mil



13 mil



BULO



Miguel Bosé ✓ @BoseOfficial · 9 jun.

el permiso de la ciudadanía. Sólo pretendo informar sobre la situación anunciada hacia la cual, entre otras fechorías, se nos está conduciendo. YO DIGO NO A LA VACUNA, NO AL 5G, NO A LA ALIANZA ESPAÑA/BILL GATES.

[#YoSoyLaResistencia](#)

4,4 mil

9,6 mil

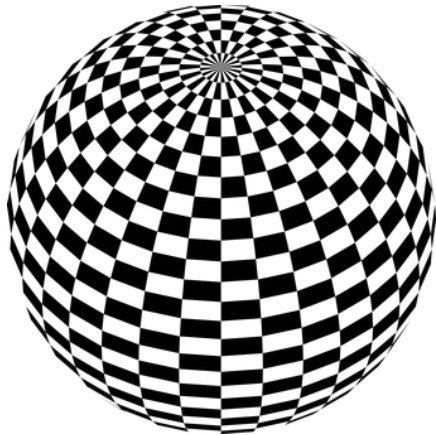
13 mil


SESGO “punto ciego”

el origen de todos los sesgos:
negar que tenemos
sesgos cognitivos

**No existe COMUNICACIÓN
OBJETIVA**





 Empresa Activa

EL
JUEGO
INFINITO
**EL
JUEGO
INFINITO**
SIMON
SINEK
EL
JUEGO
INFINITO
EL
JUEGO
INFINITO
FI

AUTOR DE LOS
BEST SELLERS

**EMPIEZA
CON EL PORQUÉ
Y
LOS LÍDERES
COMEN AL FINAL**

Mejor sin demagogias

La mayoría de los/as ciudadanos/a
pensamos por nosotros mismos

Aprende del error

¡...para no seguir cometiendo más!

Es de sabios cambiar de opinión

De vez en cuando, por reflexión.
Rectificar todos los días es de
torpes

*El titular de hoy es la envoltura
del bocadillo de mañana*

Ahora las hemerotecas están al
alcance de todos.



No permitas que una **Crisis se Desperdicie**

nuestra herramienta más importante en momentos de pánico y crisis es nuestra **mentalidad**

Hoy, necesitamos **mentalidad de viaje**

Peter Diamandis

cofundador y presidente ejecutivo de Singularity University

VACUNA

VITAMINAS



COMPROMISO
INTEGRIDAD
DIÁLOGO INTERIOR



VACUNA

- Escuchar con pensamiento crítico
- No “creer-hooliganismo” en nada
- Poner DISTANCIA
- Sentir (emociones) para pensar
- Pensar (analizar) para sentir
- Leer de fuentes contrarias a tu parecer
- Contrastar -siempre-
- Duda de ti mismo/a
- Diversifica tu conocimiento
- Varía la fuentes

VITAMINAS

- Cuida tus PALABRAS
- Verbos: 1ª persona del Plural
- Adjetivos: siempre positivos
- Sustantivos: profesionales-científicos- correctos
- Usa bien el Silencio
- Comunica desde las Consecuencias
- Mantén actitud positiva
- Construye con Empatía
- Aprende a parar la transmisión

Hablando de Negocios

de persona a persona



