

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Escuela Profesional de Psicología



Desarrollo y estudio psicométrico de la Escala Breve de Sugestionabilidad en adultos peruanos (BSS-12)

Tesis para obtener el Título Profesional de Psicóloga

Autor:

Andrea Lizbeth Rojas Humpire
Zumiko Gazdali Atauje Saito

Asesor:

Mg. Ruth Evelyn Quiroz Vilca

Lima, noviembre del 2024

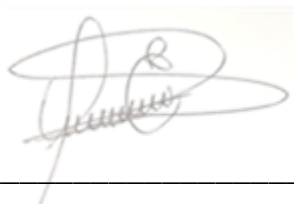
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Mg. Ruth Evelyn Quiroz Vilca, docente de la Facultad de Ciencias de la Salud, Escuela Profesional de Psicología, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

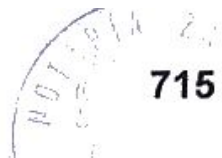
Que la presente investigación titulada: **“DESARROLLO Y ESTUDIO PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA BREVE DE SUGESTIONABILIDAD EN ADULTOS PERUANOS (BSS-12)”** los autores Andrea Lizbeth Rojas Humpire y Zumiko Gazdali Atauje Saito tiene un índice de similitud de 12 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 28 días del mes de noviembre del año 2024



Mg. Ruth Evelyn Quiroz Soto

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Naña, Villa Unión, a 08 día(s) del mes de noviembre del año 2024, siendo las 11:30 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Mtra. Isaac Alex Conde Rodriguez el (la) secretario(a): Psia. Acon

Italo Travesano Cabrera y los demás miembros: Mtra. Cristian Adriana Bengifo y el (la) asesor(a) Mtra. Ruth Evelyn Cuzco Soto

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: Desarrollo y estudio Psicométrica de la escala breve de sugestionabilidad en adultos peruanos (BSS-12)

- a) Zumiko Gazdali Atauje Saito
- b) Andrea Elizabeth Rojas Humpire
- c)

conducente a la obtención del título profesional de: Psicólogo
(Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente.

Bachiller (a): Zumiko Gazdali Atauje Saito

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	19	A	Excelente	Excelencia

Bachiller (b): Andrea Elizabeth Rojas Humpire

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	19	A	Excelente	Excelencia

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.


Presidente/a


Asesora


Bachiller (a)


Miembro


Bachiller (b)


Secretario/a


Miembro


Bachiller (c)

Dedicatoria

A mis abuelitos, esta tesis es, sin duda, la materialización de lo que Alejandro y Eva de Saito me recuerdan: Aunque la vida sea un “ecatombe” nunca debes rendirte porque cada meta es solo un peldaño más hacia el cielo.

A mi mamá, que con tan solo su mirada me recordó cada día lo que me esperaba si no culminaba lo que empecé lo cual ahora florece en cada página escrita.

Con todo mi amor.

Zumiko.

A mis hermanos mayores, Anabel y Ricardo, por apoyarme durante el transcurso de mi carrera, tesis y mi propia existencia, a ellos es gracias que todavía quiero seguir recorriendo esta carrera llamada vida, y por no dejarme sola en este mundo.

A mis padres, Ricardo y Bertha, porque su mayor sueño siempre fue vernos profesionales, y aunque ya se encuentren descansando de los afanes de este mundo, quiero tener algo más que contarles cuando nos volvamos a encontrar otra

vez.

Con todo mi amor.

Andrea

Agradecimientos

A ti, Nani, que durante tantos años siempre estuviste en las buenas, en las malas y en las peores. Gracias por darme las fuerzas cuando las mías se agotaban y quitármelas cuando tenía tanta que podía derrumbar una pared. Esta tesis es el resultado de tu esfuerzo y de tu sacrificio para mantenerme de pie.

Con eterna gratitud.

Zumiko.

A mi familia, compañeros y profesores que nos apoyaron en el transcurso de esta carrera; a nuestra asesora por siempre tener paciencia con nuestro complicado tema de investigación y poder guiarnos a través de ella; a mi compañera de tesis por no dejarme sola en esta lucha llamada conseguir la licenciatura y creer en nuestro trabajo; y por sobretodo a Dios por darnos la oportunidad y la vida para alcanzar un peldaño más en la búsqueda de nuestros sueños.

Andrea

Índice de Contenido

Declaración de Autoría	ii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos.....	v
Índice de Contenido.....	vi
Resumen	viii
Abstract	ix
Introducción.....	10
Metodología.....	17
1. Diseño, tipo de investigación	17
2. Participantes.....	17
3. Instrumentos.....	19
3.1. Escala Breve de Sugestionabilidad (BSS-12)	19
3.2. Trastorno de Ansiedad Generalizada (GAD-7)	20
4. Procedimiento y aspectos éticos	20
5. Análisis estadístico	21
Resultados.....	24
1. Estudio piloto	24
1.1. Validez basada en el contenido	24
1.2. Estudio inicial de la estructura interna de la escala.....	24
2. Estudio confirmatorio	26
2.1 Análisis descriptivo de los ítems.....	26
2.2 Validez basada en la estructura interna	28
3. Invarianza factorial.....	30
4. Fiabilidad	30
5. Validez basada en la relación con otras variables	30
Discusión.....	32
Limitaciones.....	38
Implicancias.....	39
Conclusiones	40
Referencias	41
Anexo 1	52

Anexo 2	53
Anexo 3	55
Anexo 4	56
Anexo 5	57
Anexo 6	58

Desarrollo y estudio psicométrico de la Escala Breve de Sugestionabilidad en adultos peruanos (BSS-12)

Resumen

El estudio tuvo como objetivo construir y validar una escala breve para medir sugestionabilidad ante noticias falsas en población peruana. En el estudio piloto se recolectó una muestra de 318 personas (63.5% mujeres y 36.5% varones) entre 18 y 75 años ($M = 31.0$; $SD = 11.6$). Para el estudio confirmatorio se recolectó una muestra de 346 personas (52.6% mujeres y 47.4% varones), cuyas edades oscilaron entre los 18 a 75 años ($M = 31.3$; $SD = 10.3$). Además, se empleó la escala Trastorno de Ansiedad Generalizada (GAD-7) para evaluar la validez externa del instrumento. Respecto a los resultados, en el estudio piloto se evidenció la presencia de dos factores que lograban explicar el 47% de variabilidad de los ítems al hacer el Análisis Factorial Exploratorio. En el estudio confirmatorio, el Análisis Factorial Confirmatorio evidenció que el modelo de dos dimensiones relacionadas con doce ítems presentó mejores índices de ajuste ($\chi^2 = 89.87$; $df = 53$; $p < .005$; $RMSEA = .051$ [IC90% .032 – .069]; $SRMR = .040$; $CFI = .97$; $TLI = .96$) frente a un modelo unidimensional. Se encontró que ambas dimensiones presentan adecuados índices de fiabilidad (cognitivo: $\alpha = .81$; $\omega = .81$ y social: $\alpha = .83$; $\omega = .83$) y es estrictamente invariante entre hombre y mujeres. Además, se evidenció con la escala GAD-7 predice significativamente ambos factores de la sugestionabilidad. Se concluye que escala BSS-12 muestra fuertes evidencias de un adecuado funcionamiento psicométrico para medir la sugestionabilidad en contexto peruano.

Palabras clave: Sugestionabilidad; Sugestión; Noticias falsas; Infodemia; Ansiedad.

Abstract

The study aimed to construct and validate a brief scale to measure the suggestibility of fake news in the Peruvian population. The pilot study collected a sample of 318 people (63.5% women and 36.5% men) between 18 and 75 years old ($M = 31.0$; $SD = 11.6$). For the confirmatory study, a sample of 346 people (52.6% women and 47.4% men), whose ages ranged from 18 to 75 years ($M = 31.3$; $SD = 10.3$), was collected. In addition, the Generalized Anxiety Disorder Scale (GAD-7) was used to evaluate the external validity of the instrument. Regarding the results, in the pilot study, the Exploratory Factor Analysis showed the presence of two factors that managed to explain 47% of the variability of the items. In the confirmatory study, the Confirmatory Factor Analysis showed that the two-dimensional model related to twelve items presented better-fit indices ($\chi^2 = 89.87$; $df = 53$; $p < .005$; $RMSEA = .051$ [IC90% .032 – .069]; $SRMR = .040$; $CFI = .97$; $TLI = .96$) compared to a unidimensional model. It was found that both dimensions present adequate reliability indices (cognitive: $\alpha = .81$; $\omega = .81$ and social: $\alpha = .83$; $\omega = .83$). It was also evident that the scale is strictly invariant between men and women. Furthermore, it was evidenced that the GAD-7 scale significantly predicts both factors of suggestibility. It is concluded that the BSS-12 scale shows strong evidence of adequate psychometric functioning to measure suggestibility in the Peruvian context.

Keywords: Suggestibility; Suggestion; Fake news; Infodemic; Anxiety.

Introducción

En el último siglo la creación y la masificación del internet, ha permitido el acceso de información ilimitada; no obstante, también ha ayudado a expandir el fenómeno de la desinformación, las noticias falsas y la posverdad (Del Vicario et al., 2016; Swire-Thompson & Lazer, 2019). Durante la Pandemia por el Covid-19, la población mundial ha estado rodeada de mucha desinformación, a tal magnitud que la Organización Mundial de la Salud declarase una pandemia de la información o infodemia (Rosenberg et al., 2020). De manera similar el aislamiento social obligatorio que se impuso durante la pandemia, contribuyó a que estos “fake news” se distribuyan de forma anormal dado que la gente contaba con más tiempo libre que antes (Alvarez-Risco et al., 2020). Durante este contexto, es importante aclarar que la “misinformation” es la ausencia de información verdadera o inexacta, en donde el individuo posee deficiencias de tipo conceptual y estructural que no le permite reconocer lo verdadero y lo esencial, por ende, lo comparte o adquiere sin conocimiento y por error. En cambio, la “disinformation”, hace referencia a aquella información que se comparte intencionalmente con el fin de engañar, manipular o confundir a los receptores; no obstante, ya sea por falta de conocimiento, error o sea intencional, seguirá siendo una información falsa (Søe, 2021).

Las consecuencias que trajo esta infodemia han sido notorias, desde el aumento de problemas de salud mental y malestar psicológico como estrés, ansiedad y depresión (Rajkumar, 2020; Zheng et al., 2020). Así como el uso de prescripciones médicas falsamente promovidas, supuestas curas tales como hidroxiclороquina, azitromicina, ivermectina, metanol, orina de vaca, agua caliente o comer ajo, usadas para curar o prevenir la COVID-19 (Naeem et al., 2021; Reihani et al., 2021; Tapia,

2020). También aumentó el crecimiento de movimientos antivacunas que intensificó el miedo y resistencia hacia las vacunas (Hasanzad et al., 2022; Zhao et al., 2023). De igual manera, hubo un incremento de problemas sociales como el racismo y la xenofobia hacia la población china (Dhanani & Franz, 2021), La infodemia también incrementó el odio y la discriminación contra los profesionales de la salud, quienes fueron agredidos física o verbalmente. Una de las principales motivaciones fue la creencia que el personal de salud promovía la propagación del contagio de la COVID-19. Otro motivo fue la creencias de que era un intento de despoblación humana, además de otras conspiraciones tales como que las grandes empresas buscan controlar a la población implantando un chip con las vacunas, o que en los hospitales están matando deliberadamente a los enfermos (Kuźelewska & Tomaszuk, 2022). La aparición de estas creencias conspirativas también puede estar asociadas con informes de prensa innecesariamente alarmantes (Ioannidis, 2020), puesto que, después de la emisión de estos reportes, comenzaron a surgir las primeras teorías de conspiración sobre el origen de la COVID-19 (Douglas, 2021). La propagación de estas afirmaciones sin ningún soporte científico ha tenido tal impacto que han llegado a influir en el comportamiento de la población (Bastick, 2021).

Un estudio realizado por Nieves-Cuervo et al. (2021), en seis países latinoamericanos (Chile, Argentina, Brasil, Colombia, México y Perú) encontró que, en comparación de los demás países, Perú presentó el mayor puntaje de incapacidad para reconocer noticias falsas (79,0%), además fue el segundo país con mayor confianza en el contenido de redes sociales (46,0%) y que a la vez tuvo la mayor mortalidad por COVID-19. Asimismo, se ha previsto que estos problemas persistirán aún después de la pandemia (Arroyo-Sánchez et al., 2020). A esta tendencia a aceptar

los mensajes del entorno de manera espontánea se le conoce como sugestionabilidad (Kotov et al., 2004).

Frente a esta problemática existen varios instrumentos de evaluación referidos a la susceptibilidad a la hipnosis, pero en relación a la evaluación y definición del constructo general de sugestionabilidad fuera del ámbito de la hipnosis, se han realizado muy pocos estudios (Kallio, 2021). Así, para la investigación científica de la sugestionabilidad hipnótica se desarrollaron una serie de instrumentos estandarizados que permiten la medición de las respuestas de los sujetos a las sugerencias, y su incremento durante un proceso hipnótico (Palfi et al., 2020). Entre las pruebas de sugestionabilidad más utilizadas, basadas en técnicas hipnóticas se encuentran: La Escala de Sugestionabilidad de Barber – BSS (Barber & Calverley, 1963), The Carleton University Responsiveness to Suggestion Scale- CURSS (Spanos et al., 1983), The Harvard Group Scale of Hypnotic Susceptibility: Form A (Shor & Orne, 1962), entre otras.

Por otro lado, entre las pruebas más importantes en transición de este método, se encuentra el Inventario de Sugestionabilidad (IS), que proporciona una puntuación total en sugestionabilidad, entendida como tendencia o propensión a ser sugestionado en diferentes ámbitos de la vida cotidiana (González Ordi & Miguel-Tobal, 1999). En otras áreas de la Psicología como la clínica y forense, se tiene The Gudjonsson Suggestibility Scale (GSS), desarrollado por Gudjonsson (1984), para evaluar los niveles de sugestión interrogativa. Por último, se tiene la Multidimensional Iowa Suggestibility Scale (MISS), que es la primera escala en lograr separar a la sugestionabilidad como un rasgo de personalidad (Kotov et al., 2004); sin embargo, algunas de las limitaciones de esta escala es que no se encuentran otros estudios en los que se hayan estudiado las propiedades psicométricas de esta escala, tampoco

hay estudios en los cuales se haya hecho una mejora de los ítems. En cuanto a las propiedades psicométricas del MISS, en el estudio original, presentó índices aceptables de confiabilidad en la mayoría de sus componentes ($\alpha > .80$), así como en las correlaciones entre sus dimensiones; sin embargo, aunque se mencione que se realizaron análisis factoriales para la construcción de esta escala, no hay evidencia de los resultados de un análisis factorial confirmatorio, lo que no ayudaría a respaldar las dimensiones que propone la escala.

Delimitación conceptual

El constructo sugestionabilidad ha sido estudiado desde antes de finales del siglo XIX, siendo el interés provocado por la psicología individual y experimental (Binet, 1900; Small, 1896); sin embargo, cabe recalcar que para esos periodos tempranos de investigación en este campo no existía una clara diferenciación entre sugestión y sugestionabilidad (Coffin, 1941). Además, sigue siendo un concepto que no se ha llegado a definirse en su totalidad (Kotov et al., 2004). La sugestionabilidad es un estado mental que favorece la sugestión y la manera en cómo se responde ante ella (Gheorghiu, 2000; Sidis, 1989). Es así que los términos sugestión y sugestionabilidad se han relacionado socialmente con características negativas de los individuos clasificándolos como “débiles mentales”, “débiles de personalidad” o “personalidades fácilmente influenciables” (González Ordi & Miguel-Tobal, 1999).

Por otro lado, el concepto de sugestionabilidad se desarrolló originalmente como una explicación de los fenómenos hipnóticos (Gudjonsson, 1987), considerándola como un rasgo que refleja la tendencia a responder a la hipnosis y las sugerencias hipnóticas que varía de persona a persona (Milling, 2008), siendo esta la definición que ha perdurado en el tiempo para la creación del constructo de sugestionabilidad. En relación a otras áreas, como la psicología forense, la sugestionabilidad ha sido

descrito dentro de una interacción social cercana, donde la gente empieza a aceptar los mensajes dados durante un interrogatorio formal, siendo el resultado la afectación de su posterior respuesta comportamental (Gudjonsson & Clark, 1986)

Por otro lado, la sugestionabilidad ha sido definida de otras formas; Kotov et al. (2004), lo definen como la tendencia a aceptar, sin mucha presión, mensajes de uno mismo, de otras personas, o de cualquier tipo de media a través de la internalización del mensaje. Esta definición distingue la sugestionabilidad de otros términos como acatamiento, porque más que un simple cambio de conducta, se requiere que la persona internalice la idea y la tome como propia. Además, según González-Ordi et al. (2018), el constructo hace referencia a la capacidad para dejarse llevar por la imaginación y fantasear acerca de las cosas que ocurren o podrían ocurrir, teniendo la influencia de sentimientos, creencias, percepciones y acciones por medio de mensajes directos o indirectos. Para que estos mensajes sean percibidos, no requieren un discurso articulado sino también gestos, expresiones faciales y sonidos (Almerigogna et al., 2008).

Para Eysenck et al. (1972), es un proceso donde una o más personas pueden causar que uno o más individuos cambien de sus juicios, actitudes, opiniones o de patrón de comportamiento, sin que haya un juicio crítico de por medio. Esta influencia se ejerce sobre el pensamiento, el sentimiento, la voluntad o los actos de otra persona, sin que esta la racionalice (Stokvis & Pflanz, 1961), habiendo una notable reducción de la capacidad analítico-crítica, por ello el sujeto acepta una propuesta como si fuese cierta, sin realizar juicio previo (Brown et al., 2001). También se ha relacionado a la memoria, siendo que la sugestionabilidad es la medida en que los sujetos aceptan una pieza de información posterior al evento y la incorporan en sus recuerdos (Powers et

al., 1979), en cierto grado llegan a codificar, almacenar y recuperar la información según la influencia de factores sociales y psicológicos (Nicolas et al., 2011).

Considerando lo expuesto, en el presente estudio se define la sugestionabilidad como la tendencia que tiene cada persona para aceptar e internalizar los mensajes, sin hacer uso necesario del juicio crítico- analítico. Además, estas pueden ser de forma directa o indirecta, causando un cambio en las percepciones, actitudes, sentimientos y creencias de dicha persona. Asimismo, al realizar la revisión de la literatura sobre sobre los posibles factores involucrados en la sugestionabilidad, se encontró que existe un factor que hace referencia al mecanismo cognitivo, el cual se define como un mecanismo donde la racionalización pasa a tener un rol minoritario y el individuo limita su atención en aspectos secundarios de la información recibida, como el atractivo del mensaje, la respuesta emocional que genere o el prestigio de la fuente que emite dicho mensaje, implicando así un menor esfuerzo cognitivo (Gheorghiu, 1989; Lundy, 1989). Además, se halló otro factor, que alude al mecanismo social, el cual envuelve el grado en el cual el comportamiento de los individuos es influenciado por otras personas y/o situaciones, con una tendencia a seguir lo que la mayoría considere apropiado y dejar que otros influyan en sus juicios (Dalton & Daneman, 2006; Wagstaff, 1991).

El estudio de la sugestionabilidad se ha situado como una valiosa vía para mejorar el conocimiento sobre la relación entre mente y cerebro y para la comprensión de determinados procesos cognitivos básicos y otros fenómenos (Landry et al., 2017). Sin embargo, no se han encontrado estudios explicativos ni empíricos que expliquen la sugestionabilidad fuera del ámbito de la hipnosis, menos instrumentos adecuados para la medición de este constructo, siendo que la sugestionabilidad se ha utilizado por mucho tiempo como medio para el estudio de la hipnosis y no como un constructo

independiente. Frente a ello, es necesario disponer de instrumentos fiables y válidos para evaluar el riesgo de sugestionabilidad ante informaciones falsas, y que a la par sean breves, ya que excluyen ítems redundantes, reducen la fatiga, frustración al responder repetidamente ítems semejantes, aburrimiento y confusión de frases o palabras (Robins et al., 2001).

En este sentido, el estudio tuvo como objetivo construir y validar una escala breve para medir sugestionabilidad ante noticias falsas en muestra peruana. Específicamente el estudio busca evidenciar: (a) Validez basada en la estructura interna, (b) Invarianza de medida en función al sexo de la muestra, (c) Validez basada en la relación con otras variables y (d) Fiabilidad.

Metodología

1. Diseño, tipo de investigación

En el presente estudio se utilizó un diseño no experimental, siendo que no se manipulara la variable independiente de forma intencional para ver su efecto sobre las otras variables; de corte transversal, ya que se tomara la muestra en un momento temporal determinado; y del tipo instrumental, siendo que es un estudio de construcción y análisis de las propiedades psicométricas de un instrumento de medida psicológico (Ato et al., 2013; Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

2. Participantes

Para la recolección de datos de la muestra piloto y la muestra del estudio confirmatorio se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los criterios de inclusión utilizados en el estudio fueron: (a) Saber leer y escribir, (b) ser mayor de edad (c) ser peruano (d) firma del consentimiento informado, (e) participación voluntaria.

La muestra piloto se conformó por 318 personas de ambos sexos entre las edades de 18 a 75 años ($M = 31.0$; $SD = 11.6$), siendo el 63.5% mujeres y 36.5% varones. Respecto al estado civil, la mayoría de los participantes se catalogaron como solteros, conformando el 65.4% de la muestra. Con respecto al nivel de estudios, el 68.9%, señalaron tener un nivel de estudios superior universitario. Además, el 54.7% fueron provenientes de la costa peruana mientras que el 28.9% nacieron en la sierra y solo el 12.9% de la selva (ver tabla 1).

Para el estudio confirmatorio se realizó una nueva recolección de muestra en la cual participaron 346 personas, entre las edades de 18 a 75 años ($M = 31.3$; $SD = 10.3$), y de ambos sexos, de los cuales 52.6% fueron mujeres y el 47.4%, varones. Se

observa en la tabla 1 que la mayoría de los participantes son solteros (58.1%), tienen estudios superiores universitarios (48.6%) y son provenientes de la región costa (44.8%). También se apreció que la mayoría de participantes tienen un trabajo temporal (30.9%) y fijo (30.3%), mientras que el 28.6% son estudiantes. En cuanto al ingreso mensual, la mayor parte presenta un ingreso de entre 1 000 a 2 000 soles (37.3%), así como de menos de 930 soles (33.5%). Respecto a variables asociadas a la COVID-19, el 36.1% de los participantes señalaron que las redes sociales fueron su principal fuente de información. Al mismo tiempo, se observa que solo el 48% de encuestados refirió ser diagnosticado con COVID-19, el 70.8% señaló que alguno de sus familiares tuvo COVID-19 y el 96% señaló haber recibido la vacuna contra la COVID-19. No obstante solo el 33.8% de los encuestados señalan que es muy probable que reciban la dosis de refuerzo.

Tabla 1

Datos sociodemográficos de los participantes

Categoría	Muestra piloto		Muestra confirmatoria	
	n	%	n	%
Sexo				
Femenino	202	63.5%	182	52.6%
Masculino	116	36.5%	164	47.4%
Estado civil				
Casado	79	24.8%	74	21.4%
Conviviente	18	5.7%	58	16.8%
Divorciado	13	4.1%	12	3.5%
Soltero	208	65.4%	201	58.1%
Viudo	–	–	1	0.3%
Nivel de estudios				
Primaria	1	0.3%	-	-
Secundaria	20	6.3%	59	17.1%
Superior universitaria	219	68.9%	168	48.6%
Técnico	37	11.6%	79	22.8%
Posgrado	41	12.9%	40	11.6%
Procedencia				
Costa	174	54.7%	155	44.8%
Sierra	92	28.9%	128	37%
Selva	52	16.4%	63	18.2%
Ocupación				
Trabajo fijo	–	–	105	30.3%

Categoría	Muestra piloto		Muestra confirmatoria	
	n	%	n	%
Trabajo temporal	–	–	107	30.9%
Desempleado	–	–	12	3.5%
Estudiante	–	–	99	28.6%
En casa	–	–	22	6.4%
Retirado	–	–	1	0.3%
Ingreso económico				
< s/. 6000	–	–	6	1.7%
s/. 4000 ~ s/. 6000	–	–	5	1.5%
s/. 2000 ~ s/. 4000	–	–	65	18.8%
s/. 1000 ~ s/. 2000	–	–	129	37.3%
s/. 930	–	–	25	7.2%
> s/. 930	–	–	116	33.5%
Fuente de información				
Familiares y amigos	–	–	71	20.5%
Gobierno	–	–	70	20.2%
Redes sociales	–	–	125	36.1%
Televisión y radio	–	–	80	23.1%
Diagnóstico de Covid-19				
Sí	–	–	180	48%
No	–	–	166	52%
Familiares con Covid-19				
Sí	–	–	245	70.8%
No	–	–	101	29.2%
Vacuna				
Sí	–	–	332	96%
No	–	–	14	4%
Decisión de vacunarse				
Muy probable	–	–	144	41.6%
Bastante probable	–	–	121	35%
Difícil de decir	–	–	56	16.2%
Muy poco probable	–	–	19	4.5%
Nada probable	–	–	6	1.7%
Decisión por la 4ta dosis				
Muy probable	–	–	117	33.8%
Bastante probable	–	–	86	24.9%
Difícil de decir	–	–	67	19.4%
Muy poco probable	–	–	61	17.6%
Nada probable	–	–	15	4.3%

3. Instrumentos

3.1. Escala Breve de Sugestionabilidad (BSS-12)

La escala está formada por doce ítems que forman un modelo de dos dimensiones relacionadas: Cognitivo (1,2,7,9,10,11) y Social (3,4,5,6,8,12). La escala tiene por

objetivo medir el nivel de sugestionabilidad de una persona frente a los mensajes que recibe de su entorno. Además, los ítems presentan cinco categorías de respuesta: Nunca (0), Casi nunca (1), A veces (2), Casi siempre (3), Siempre (4). Las dimensiones no presentan ítems inversos, por tanto, un mayor puntaje en las dimensiones evidenciaría un mayor nivel de sugestionabilidad en las áreas cognitiva y social.

3.2. Trastorno de Ansiedad Generalizada (GAD-7)

Para la validez basada en la relación con otras variables se utilizó la escala de Trastorno de Ansiedad Generalizada (GAD-7) (Spitzer et al., 2006). Específicamente se utilizó la versión adaptada a población peruana (Zhong et al., 2015), cuyo objetivo es el detectar la presencia de ansiedad generalizada y valorar el nivel de los síntomas durante las últimas 2 semanas. Esta escala está compuesta por 7 ítems, y cada uno de ellos se puntúa en una escala de 4 puntos que indica la frecuencia de los síntomas, que van de 0 (nada) a 3 (casi todos los días). La puntuación total de GAD-7 puede variar de 0 a 21, y una puntuación mayor a 10 indica un trastorno de ansiedad generalizada (Spitzer et al., 2006). Por otro lado, las propiedades psicométricas de la escala mostraron índices de ajuste adecuados (RMSEA= .051; CFI= .969; SRMR= .046) para modelo unifactorial, así como buenos indicadores de confiabilidad ($\alpha = .89$) (Zhong et al., 2015).

4. Procedimiento y aspectos éticos

Para el presente estudio se obtuvo la aprobación del comité de ética del Centro de Investigación de la Universidad Peruana Unión (2022-CE-FCS - UPeU-046). Asimismo, el estudio cumplió con los estándares establecidos en la Declaración de Helsinki (World Medical Association, 2013). Estos principios fueron especialmente

enfanzados: (a) la autonomía de las personas para participar en el estudio, (b) el respeto por los participantes, (c) beneficencia, y (d) un trato con equidad y transparencia para los participantes.

La recolección de data para ambas muestras (piloto y confirmatorio) fue realizada en modalidad virtual para tener un mayor acceso a participantes de diferentes partes del país. De esta forma, se desarrolló el formulario con el uso del programa virtual Google Forms, el cual luego se compartió a través de las redes sociales más usadas en el contexto actual (WhatsApp y Facebook, entre otras). En la primera parte del formulario se presentó el consentimiento informado, donde se detalló el objetivo, las características del estudio y la confidencialidad de su participación, la parte final de esta sección preguntaba explícitamente si los participantes deseaban colaborar con la investigación. En la segunda parte del formulario se presentaron las preguntas relacionadas a los datos sociodemográficos. En la última parte del formulario se presentaron las escalas seleccionadas para el presente estudio.

5. Análisis estadístico

En el estudio piloto, para la validez de contenido se utilizó el coeficiente V de Aiken (Aiken, 1980), y para su cómputo se utilizó un programa ad hoc en formato MS Excel© (Ventura-León, 2019). Valores superiores a .70 se consideraron como valoraciones positivas del ítem (Napitupulu et al., 2018). Para el estudio inicial de la estructura interna de la escala se utilizó el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) empleando el método de Mínimos Residuales (MinRes) con rotación Oblimin y para determinar el número de factores a extraer se utilizó el Análisis Paralelo (Luo et al., 2019). Para ello, se verificó el cumplimiento de las condiciones básicas de los datos antes de realizar

el AFE. Las condiciones se verificaron a través de la prueba de esfericidad de Bartlett y el índice de Kaiser Meyer Olkin (KMO).

En el estudio confirmatorio se evidenció la validez basada en la estructura interna. Para lo cual se empleó el estimador de Máxima Verosimilitud Robusto (MLR) y para evaluar el ajuste de los modelos planteados se utilizaron los coeficientes CFI ($>.95$), TLI ($>.95$), RMSEA ($<.08$) y SRMR ($<.08$) (Kline, 2016; Schumacker & Lomax, 2015). Para evaluar la fiabilidad de la escala se utilizó el coeficiente alpha de Cronbach (Cronbach, 1951), y el coeficiente omega (McDonald, 1999), donde un valor $\omega >.80$ es adecuado (Raykov & Hancock, 2005). Para evaluar la invarianza factorial de la escala según sexo, se empleó el Análisis Factorial Confirmatorio Multi-grupo (MGCFM), donde se planteó una secuencia de cuatro modelos de varianza jerárquicos: (1) invarianza configural (modelo de referencia), (2) invarianza métrica (igualdad de las cargas factoriales), (3) invarianza escalar (igualdad de la carga factorial e intercepto) e (4) invarianza estricta (igualdad de las cargas factoriales, intercepto y residuos). Para comparar la secuencia de modelos, se empleó una estrategia de modelamiento, para lo cual se utilizó las diferencias en el RMSEA (Δ RMSEA), donde diferencias menores a $<.015$ evidencian la invarianza del modelo entre los grupos (Chen, 2007). También se utilizó las diferencias en el CFI (Δ CFI) donde valores menores a $<.010$ evidencian la invarianza del modelo entre los grupos (Chen, 2007). Respecto a la validez de la escala basada en relación con otras variables, se planteó un modelo SEM. Para estimar el modelo se utilizó el estimador MLR y se tomó en cuenta los mismos indicadores de ajuste realizados en el Análisis Factorial Confirmatorio.

Para el análisis estadístico se utilizó el entorno de RStudio (RStudio Team, 2018) para R (R Core Team, 2019). Específicamente se utilizó el paquete "lavaan" (Rosseel,

2012) para realizar el AFC, y el paquete “semTools” (Jorgensen et al., 2018) para realizar la invarianza factorial.

Resultados

1. Estudio piloto

1.1. Validez basada en el contenido

Los resultados obtenidos señalaron que la mayoría de los ítems de la escala de sugestionabilidad ante noticias falsas, no presentaron observaciones por parte de los jueces (2, 4, 5, 6, 11, 12, 14, 16). Sin embargo, los jueces sugirieron corregir los ítems 1, 7, 10 y 13 añadiendo la frase “sin verificar la información” y en el caso del ítem 9 con la frase “sin verificar si es verdadera”. Los ítems 8 y 15 presentaron observaciones por parte de uno o más jueces, en relación al ítem 8 (“No suelo darle importancia a si la fuente original de una información es verídica”) fue modificado por “No suelo verificar si la fuente original de una información es verdadera”. De manera similar el ítem 15 (“Tiendo a creer con facilidad en las noticias que veo o escucho sin haberlas verificado con otra fuente de información”) fue modificado por “Tiendo a creer en las noticias sin contrastarlas con otras fuentes de información”. Además, el ítem 17 (“Tiendo a dejarme impresionar por las noticias que veo, leo o escucho”) fue eliminado ya que era similar al ítem 13 (“Tiendo a creer rápidamente en noticias que me conmueven y/o impresionan”).

1.2. Estudio inicial de la estructura interna de la escala

Se hizo un primer Análisis Factorial Exploratorio (AFE) de los 16 ítems planteados, donde se formaron 3 factores, lo cual proporcionó factores que no fueron considerados originalmente en la delimitación conceptual. Frente a este resultado se eliminó el ítem 3 (“No suelo verificar si la fuente original de una información es verdadera”), ya que su peso factorial fue muy alto en otro factor además que el contenido del ítem era similar al del ítem 15 (“Tiendo a creer en las

noticias sin verificarlas con otras fuentes de información”). También se eliminó el ítem 8 (“No cuestiono las noticias que leo, veo o escucho”) porque tenía un peso factorial muy bajo en todos los factores ($\lambda < .30$).

Seguidamente, se realizó un nuevo AFE con los ítems restantes, donde se formaron 2 dimensiones; en esta ocasión, se tomó la decisión de eliminar algunos ítems cuyos enunciados no representaban adecuadamente definición del constructo, descartando así los ítems 9 (“Comparto en redes sociales noticias que otros me han compartido sin verificar si es verdadera”) y 11 (“Comparto información que he escuchado a pesar de no haberla verificado”). Finalmente, la escala quedó constituida por 12 ítems (1, 2, 4, 5, 6, 7, 10, 12, 13, 14, 15, 16).

Se realizó un nuevo análisis factorial exploratorio con todos los ítems restantes. Se observó en la figura 1, que el método de análisis paralelo evidenció dos factores.

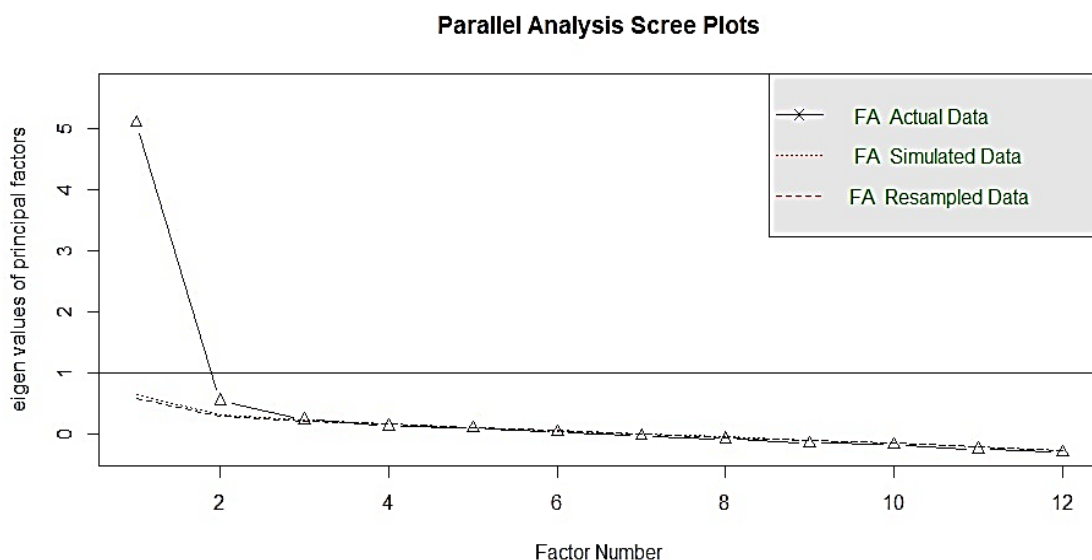


Figura 1. Análisis paralelo de la escala BSS-12

Se verificó el cumplimiento de los supuestos para la realización del AFE en este nuevo análisis, como son la prueba de medida de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett. Como se apreció en la

tabla 2, se cumplieron ambos supuestos, además se observó que los ítems (1,2,10,13,14,15) corresponden al primer factor con un peso factorial elevado; respecto al ítem 13, aunque presentó carga factorial en ambas dimensiones, se decidió incluirla en el factor donde tenía mayor peso factorial, es decir en el mecanismo cognitivo. Por otro lado, los ítems (4,5,6,7,12 y16), mostraron un peso factorial alto en el segundo factor, el cual hace referencia al mecanismo social de la sugestionabilidad. También se apreció en la tabla 2 que ambos factores logran explicar el 47% de variabilidad del conjunto de ítems analizados.

Tabla 2

Matriz de factores rotados para el constructo

Ítems	Dimensiones	MC	MS
S1	MC	.77	
S2	MC	.73	
S10	MC	.65	
S13	MC	.43	.3
S14	MC	.74	
S15	MC	.66	
S4	MS		.65
S5	MS		.86
S6	MS		.45
S7	MS		.60
S12	MS		.70
S16	MS		.61
% Total de varianza explicada		47%	
Prueba de KMO		.91	
Prueba de Barlett		$\chi^2 (378) = 25.931$ $p < .006$	

Nota: MC= Mecanismo Cognitivo, MS= Mecanismo Social

2. Estudio confirmatorio

2.1 Análisis descriptivo de los ítems

En la tabla 3 se observó que, con respecto a los índices de asimetría y curtosis, los ítems 2, 3, 5, 7, 10 y 12 presentaron una distribución asimétrica negativa ($As < 0$) por lo cual existió mayor concentración de valores a la izquierda; por otro lado, los

ítems 1, 4, 6, 8, 9 y 11 presentaron una distribución asimétrica positiva ($As > 0$) es decir que la mayor concentración de valores estuvo a la derecha de la media. Con respecto al coeficiente de curtosis, los ítems presentaron un elevado grado de concentración alrededor de los valores centrales de la variable ($Ku > 0$), tanto los índices de asimetría como de curtosis estuvieron dentro de los parámetros esperados ($As < \pm 2$; $Ku < \pm 7$) (Finney & DiStefano, 2006).

Al analizar la tasa de respuesta de la escala, se observó en la tabla 3 que, en cada uno de los ítems, todas las categorías de respuestas fueron respondidas, asimismo, las respuestas se concentraron entre “casi nunca” y “a veces”; a su vez mostró que el ítem 10 (“Tiendo a creer en la opinión de expertos, sin comprobar la información”) tuvo la mayor puntuación media en la muestra total ($M = 1.99$). También se observó que el ítem 4 (“Tiendo a creer más la opinión de conocidos que la de profesionales”) presentó la puntuación media más baja en la muestra total ($M = 1.35$).

Tabla 3

Análisis descriptivo de los ítems y tasa de respuesta de los ítems

Ítems	M	SD	g1	g2	Tasa de respuesta				
					0	1	2	3	4
1. Tiendo a creer las noticias que leo en los periódicos sin verificar la información.	1.58	0.88	0.02	-0.07	12.1%	30.6%	45.7%	9.8%	1.7%
2. Tiendo a creer rápidamente en noticias que me conmueven y/o impresionan.	1.64	0.89	-0.08	-0.53	10.7%	31.8%	41.3%	15.6%	0.6%
3. Tiendo a creer en las noticias que mis amigos y/o familiares comparten sin haber verificado información.	1.49	0.89	-0.15	-0.61	15.6%	30.3%	43.6%	10.1%	0.3%
4. Tiendo a creer más la opinión de conocidos que la de profesionales.	1.35	0.88	0.16	-0.56	17.3%	39.9%	33.2%	9.2%	0.3%

Ítems	M	SD	g1	g2	Tasa de respuesta				
					0	1	2	3	4
5. Cuando mis conocidos mencionan alguna información nueva, suelo considerarlo como cierta.	1.61	0.86	- 0.33	- 0.37	12.4%	26%	49.7%	11.6%	0.3%
6. Tiendo a creer las noticias que veo en internet sin verificar la información.	1.46	0.92	0.18	- 0.32	15.6%	35.5%	37.3%	10.1%	1.4%
7. Tiendo a creer las noticias que veo en la televisión sin verificar la información.	1.68	0.92	- 0.08	- 0.16	11.8%	25.7%	47.4%	13%	2%
8. Tiendo a creer en las opiniones de los demás sin verificar la información.	1.48	0.88	0.12	- 0.21	13.6%	36.4%	39.9%	9%	1.2%
9. Tiendo a creer las noticias que escucho en la radio sin verificar la información.	1.51	0.90	0.12	- 0.42	12.7%	37.3%	37%	12.1%	0.9%
10. Tiendo a creer en la opinión de expertos, sin comprobar la información.	1.99	0.94	- 0.20	- 0.30	6.4%	21.4%	42.2%	26.6%	3.5%
11. Tiendo a creer en las noticias sin verificarlas con otras fuentes de información.	1.68	0.93	0.12	- 0.11	10.4%	30.3%	43.4%	13%	2.9%
12. Si la mayoría está de acuerdo con una noticia, yo también estoy de acuerdo.	1.59	0.87	- 0.18	- 0.51	12.1%	30.1%	44.5%	13%	0.3%

Nota: M= Media, DE= Desviación estándar, g¹= Coeficiente de asimetría de Fisher, g²= coeficiente de curtosis de Fisher

2.2 Validez basada en la estructura interna

En el estudio se encontró que el modelo original de dos dimensiones relacionadas presentó adecuados índices de ajuste ($\chi^2 = 89.87$; $df = 53$; $p < .005$; RMSEA = .051 [IC90% .032 – .069]; SRMR = .040; CFI=.97; TLI=.96). En la figura 2, se aprecia que los items presentaron pesos factoriales entre moderados y altos en el factor al que

pertenecen ($\lambda > .60$). Sin embargo, la relación entre ambos factores es alta (.89), lo que sugirió la presencia de un modelo unidimensional. Por tanto, se probó la existencia de un modelo unidimensional, el cual mostró peores índices de ajuste ($\chi^2 = 110.29$; $df = 54$; $p < .001$; RMSEA = .062 [IC90% .056 – .079]; SRMR = .043; CFI=.95; TLI=.97). Además, al comparar ambos modelos mediante un análisis de ANOVA, se encontró que ambos modelos eran significativamente diferentes ($p < .01$), donde el modelo original de dos dimensiones relacionadas fue el modelo más parsimonioso (AIC = 9483.3, BIC = 9508.1) frente al modelo unidimensional (AIC = 9507.6, BIC =9535.8). Por tanto, se mostró evidencias de la existencia de un modelo de dos factores (social y cognitivo) para el constructo sugestionabilidad.

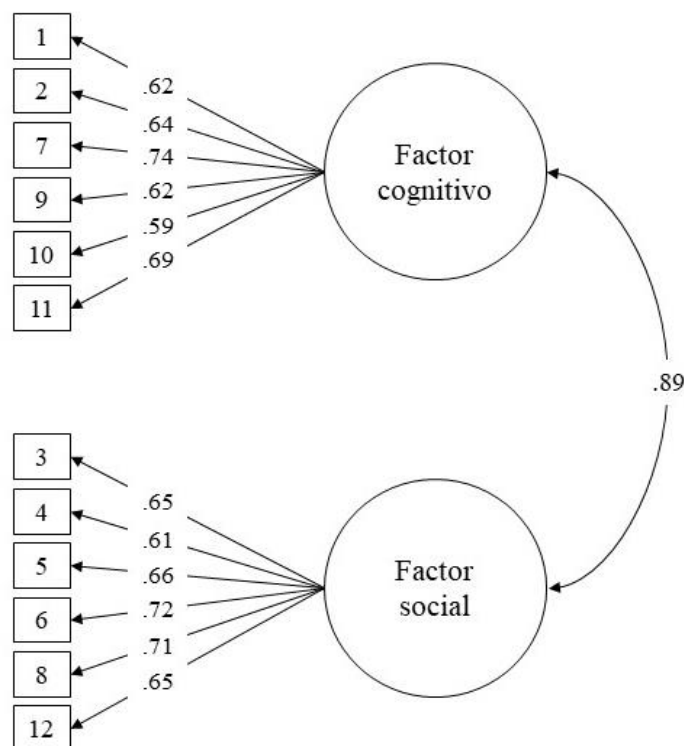


Figura 2. Análisis Factorial Confirmatorio de la escala BSS-12

3. Invarianza factorial

En la tabla 4 se aprecia que la estructura factorial de la escala ha mostrado evidencias de ser estrictamente invariante para el grupo de varones y mujeres en la secuencia de modelos de invarianza planteados: invarianza métrica ($\Delta CFI = -.002$; $\Delta RMSEA = .000$), escalar ($\Delta CFI = -.011$; $\Delta RMSEA = .006$) y estricta ($\Delta CFI = .001$; $\Delta RMSEA = -.003$).

Tabla 4

Modelos de invarianza según edad de los participantes

Modelos	χ^2	df	p	SRMR	TLI	CFI	RMSEA	$\Delta\chi^2$	Δdf	p	ΔCFI	$\Delta RMSEA$
Varones	51.29	53	.541	.035	.99	.99	.000	—	—	—	—	—
Mujeres	84.51	53	.004	.063	.92	.94	.065	—	—	—	—	—
Configural	136.86	106	.023	.050	.97	.97	.046	—	—	—	—	—
Metric	149.83	116	.019	.060	.96	.97	.045	12.9	10	.224	-.002	.000
Scalar	173.51	126	.003	.064	.96	.96	.051	25.8	10	.004	-.011	.006
Strict	184.02	138	.005	.064	.96	.96	.048	10.6	12	.563	.001	-.003

Note: χ^2 = Chi square; df = degrees of freedom; SRMR: Standardized Root Mean Square Residual; TLI = Tucker-Lewis Index; CFI = Comparative Fit Index; RMSEA = Root Mean Square Error of Approximation; $\Delta\chi^2$ = Differences in Chi square; Δdf = Differences in degrees of freedom; $\Delta RMSEA$ = Change in Root Mean Square Error of Approximation; ΔCFI = Change in Comparative Fix Index.

4. Fiabilidad

En el presente estudio se encontró que ambas dimensiones presentarían adecuados índices de fiabilidad: Cognitivo ($\alpha = .81$; $\omega = .81$) y Social ($\alpha = .83$; $\omega = .83$). Además, en los grupos específicos, la dimensión Cognitiva evidenció adecuados índices de consistencia interna en el grupo de varones ($\alpha = .83$; $\omega = .83$) y mujeres ($\alpha = .80$; $\omega = .80$). De manera similar, la dimensión Social mostró adecuados índices de consistencia interna en el grupo de varones ($\alpha = .85$; $\omega = .85$) y mujeres ($\alpha = .80$; $\omega = .80$).

5. Validez basada en la relación con otras variables

Tomando en cuenta la revisión de la literatura, se planteó un modelo SEM para evaluar la relación entre el nivel ansiedad y las dimensiones de la sugestionabilidad. Se evidenció que el modelo estructural presentó adecuados índices de ajuste ($\chi^2 =$

253.61; $df = 149$; $p < .001$; $RMSEA=.045$ [IC90% .035 – .054]; $CFI=.98$; $TLI=.98$) y los modelos de medida estuvieron adecuadamente representados por sus ítems. Se apreció en la figura 3 que el nivel de ansiedad predijo significativamente al factor cognitivo (.30; $p < .01$) y social (.38; $p < .01$) de la Sugestionabilidad.

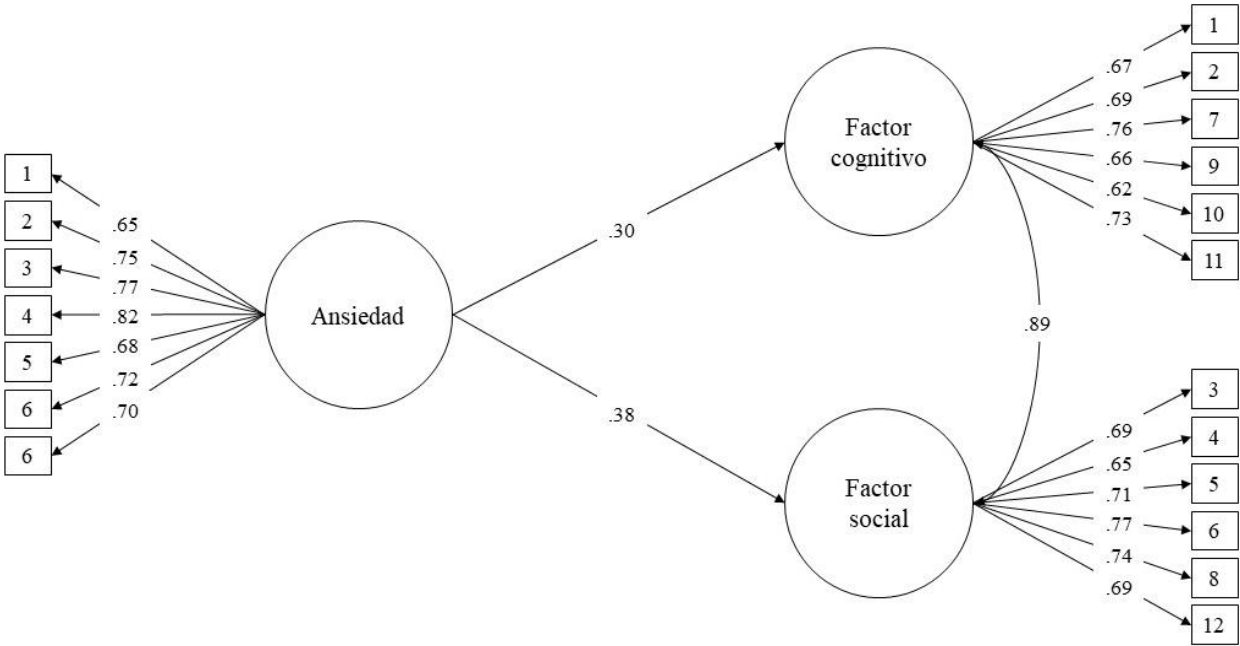


Figura 3. Modelo predictivo de la Ansiedad

Discusión

Desde que la pandemia de la información, denominada infodemia, se declaró por parte de la OMS como un problema para la salud pública en 2020 (Mheidly & Fares, 2020), se registró un aumento de la presencia de noticias falsas que abordaban diversas soluciones y teorías alrededor del Covid-19. Este aumento generó consecuencias negativas durante el período de aislamiento social obligatorio. En este contexto la sugestionabilidad podría ayudar a esclarecer el impacto de la infodemia en la población peruana. Tras efectuar una revisión de la literatura científica actual, no se ha podido encontrar ningún instrumento específico que permita llevar a cabo la evaluación de la sugestionabilidad ante noticias falsas fuera del ámbito la hipnosis. Es por ello que el objetivo del presente estudio fue la construcción, el análisis de la estructura interna, la invarianza de medida y la validez basada en la relación con otras variables de la escala BSS-12.

Primero, se realizó un estudio piloto con la finalidad de explorar el funcionamiento psicométrico de la escala desarrollada, así como para corregir errores ya sea en la redacción de los ítems o en las estructuras dimensionales propuestas en la escala (Muñiz & Fonseca-Pedrero, 2019). Cuando se llevó a cabo el primer Análisis Factorial Exploratorio (AFE) de los 16 ítems propuestos inicialmente, se eliminó el ítem 3, el cual era muy parecido al ítem 15, siendo que ambas señalaban el acto de no verificar información en general. Luego, se eliminó el ítem 8, ya que no alcanzó la carga factorial aceptable en ninguno de los factores propuestos ($\lambda < .30$) (Tabachnick & Fidell, 2019). Posteriormente, se realizó un segundo AFE utilizando los ítems restantes, lo que permitió la identificación de 2 dimensiones, y durante este análisis, se percibió que algunos ítems no representaban adecuadamente la definición del

constructo de sugestionabilidad, por lo que se descartaron los ítems 9 (Comparto en redes sociales noticias que otros me han compartido sin verificar si es verdadera”) y 11 (Comparto información que he escuchado a pesar de no haberla verificado), siendo que ambas aluden más al acto de compartir información, que al proceso de internalizar el mensaje, que es lo que define a la sugestionabilidad. Es importante señalar que el acto de compartir información puede estar ligado a diferentes factores, entre ellos sociales como la aprobación social del entorno, generar debate, atraer atención social, entre otros, y no necesariamente a que el usuario considere el mensaje como verdadero (Lobato et al., 2020; Metzger et al., 2021; Pennycook et al., 2021). Después de este proceso, la escala quedó constituida por doce ítems.

En el estudio confirmatorio, se realizó un Análisis Factorial Confirmatorio para constatar la estructura interna de la escala BSS-12. El modelo de dos dimensiones propuesto para la escala fue aceptable, y arrojó mejores índices de ajuste en comparación a un modelo unidimensional. Los dos factores resultantes se identificaron como los factores cognitivo y social de la sugestionabilidad. El factor cognitivo hace referencia al proceso donde la racionalización pasa a tener un rol minoritario y el individuo limita su atención en aspectos secundarios de la información recibida, como el atractivo del mensaje, la respuesta emocional que genere o el prestigio de la fuente que emite dicho mensaje, implicando así un menor esfuerzo cognitivo (Gheorghiu, 1989; Lundy, 1989). Esta definición, es coherente con otros estudios reportados en la literatura científica, donde se evidenció que la sugestionabilidad está relacionada con un menor uso de las capacidades intelectuales (Gudjonsson, 1983; Singh & Gudjonsson, 1992). Otros estudios muestran que las personas con un bajo rendimiento intelectual y pobres habilidades perceptuales se han visto más vulnerables a caer en la desinformación, así como tienen más

dificultades para cambiar la impresión inicial que tenían de una noticia que creían verídica pero que, luego se les comunicó, era incorrecta (De keersmaecker & Roets, 2017; Zhu et al., 2010). De la misma manera, se infiere un menor uso de los procesos ejecutivos, que son de suma importancia para realizar actividades mentales complejas, necesarias para planificar, guiar, revisar, regularizar y evaluar el comportamiento necesario para cumplir objetivos de manera eficaz y adaptarse al entorno (Barkley, 2012). Dentro de este conjunto de habilidades se encuentran el razonamiento y la memoria de trabajo (Cristofori et al., 2019), habilidades que favorecen el empleo del análisis crítico durante el procesamiento de información, y que al mismo tiempo demandan de un mayor esfuerzo cognitivo por parte de la persona (Evans & Stanovich, 2013). El razonamiento lógico y el análisis crítico son variables importantes para el proceso de discernir o diferenciar entre una información verdadera de una información falsa (fakes news) (Bronstein et al., 2019; Pennycook & Rand, 2019). Las personas con una menor capacidad en estas funciones son más susceptibles a compartir información falsa reparando más en las características novedosas y emocionales del mensaje, que de su credibilidad (Vosoughi et al., 2018). Por tanto, las personas que emplean un razonamiento crítico, son menos vulnerables ante la exposición a contenido falso y tienen menos probabilidades de creerlo (Pennycook & Rand, 2021).

Por otro lado, el factor social se refiere a la influencia del entorno al momento de internalizar el mensaje (Dalton & Daneman, 2006; Wagstaff, 1991). Las opiniones que rodean el entorno común de las personas pueden afectar fácilmente la forma cómo se valoran distintas cuestiones, desde qué comer hasta por cuál candidato presidencial votar (Campbell-Meiklejohn et al., 2010). A este fenómeno se le conoce como la influencia social, la cual se entiende como el proceso donde las personas adaptan

diferentes aspectos de su vida como resultado de la interacción con otras personas, atribuyéndole así la rápida diseminación de ciertos valores en una población (Moussaïd et al., 2013). En un reciente estudio se observó el rol de la influencia social como clave importante en el cambio conductual de las personas, en este caso, al ver cómo las poblaciones se adaptaban mejor a las normativas de seguridad por COVID-19 dependiendo de sí sus círculos sociales también lo hacían (Tunçgenç et al., 2021). Por otro lado, la influencia social no solo ha contribuido a la internalización de las opiniones de otros, sino que también se han visto involucrada en el fenómeno del “contagio emocional” de personas a otras, sin que estas estén conscientes de este hecho del todo (Kramer et al., 2014).

Respecto a los ítems, en el estudio se evidenció que los ítems 7 (factor cognitivo), 6 y 8 (factor social) son los que mejor representan a cada dimensión de sugestionabilidad. El ítem 7 (“Tiendo a creer las noticias que veo en la televisión sin verificar la información”), mostró un mayor peso factorial, por lo cual es el que mejor representa al factor cognitivo; esto podría ser explicado por estudios que señalan la influencia que ejerce la televisión en las personas, de manera similar como lo hacen sus propias relaciones interpersonales, llegando a modificar sus propias actitudes y comportamientos ante ciertos tópicos como política o salud (Durante et al., 2019; Li et al., 2019). Por otro lado, la televisión se convirtió en el principal medio usado para orientar e informar a las familias durante la duración de la crisis sanitaria debido al aislamiento social obligatorio que se impuso durante el período de Pandemia; si bien el uso de las redes sociales predominó en el mundo, en Latinoamérica la preferencia por la media tradicional, dentro de ella la televisión pública, es aún relevante (Carrión et al., 2022; Romero-Rodriguez et al., 2021). Además, aunque la desconfianza en la televisión pública aumentó durante la Pandemia propiciando así una mayor

concentración en internet (Strömbäck et al., 2020; Tandoc et al., 2021). Otros estudios argumentan que la población todavía tiende a percibir a los medios tradicionales (radio y televisión), como fuentes más confiables que la información compartida en las redes sociales (Johnston, 2020; Kalogeropoulos et al., 2019; Piltch-Loeb et al., 2021), aunque en ambas existan problemas relacionadas a las fake news. Sin embargo, son necesarios futuros estudios que puedan analizar a profundidad los componentes cognitivos que afecta la sugestionabilidad y su relación con el consumo televisivo.

Por otra parte, los ítems 6 (“Tiendo a creer las noticias que veo en internet sin verificar la información”) y 8 (“Tiendo a creer en las opiniones de los demás sin verificar la información”), son los que mejor representan al factor social, esto podría ser explicado por estudios que mencionan a las redes sociales e internet como el principal medio de diseminación de contenido sin verificar, ya sea antes, durante y después de la pandemia por COVID-19 (Gupta et al., 2020; Tandoc, 2019). Del mismo modo, otros estudios señalan que las personas tienden a creer más en información que provenga de contextos sociales, en especial si provienen del círculo de amistades más cercanas (Jun et al., 2017). En la actualidad, las redes sociales e internet son consideradas las principales plataformas de socialización (Diomidous et al., 2016), es por ello que en diversos estudios se señala la presencia y prevalencia de fenómenos sociales en el contexto de la virtualidad como el comportamiento gregario, la influencia social, la conformidad social, el contagio emocional, entre otros (Celliers & Hattingh, 2020; Colliander, 2019; Flanagin, 2017; Goldenberg & Gross, 2020; Mattke Jens et al., 2020). Cabe agregar que dichos fenómenos anteriormente mencionados tienen roles importantes en la propagación y aceptación de información falsa en las redes sociales (Wang et al., 2019).

Otro de los resultados hallados en el estudio fue el análisis de la invarianza factorial de la escala BSS-12. Los resultados en la escala BSS-12 sugirieron que la invarianza configural, métrica, escalar y estricta se mantuvieron para ambos sexos, por lo cual es posible realizar comparaciones entre ambos grupos. Por otro lado, se ha visto que hombres y mujeres presentan ciertas diferencias al momento de procesar la información de su entorno, aunque estas diferencias dependen de la manera en cómo se presenta el mensaje (Meyers-Levy & Maheswaran, 1991). Con respecto a estudios en sugestionabilidad hipnótica e interrogativa señalan que las mujeres y las niñas suelen tender a ser más sugestionables que los varones (McFarlane et al., 2002; Page & Green, 2007). Es importante mencionar la poca literatura científica actualizada sobre el tema en cuestión.

El análisis de confiabilidad mostró que ambas dimensiones de la escala BSS-12 tienen adecuados índices de consistencia interna. Asimismo, al analizar la fiabilidad en grupos específicos, se encontró que tanto la dimensión cognitiva como la social presentaron índices de consistencia interna adecuados tanto en el grupo de hombres como en el de mujeres. Estos resultados señalan que los ítems de la escala BSS-12 miden adecuadamente el constructo de sugestionabilidad, así como en cada una de sus dimensiones, en la muestra encuestada

En cuanto a la validez basada en la relación con otras variables, los resultados indicaron que la ansiedad predice positiva y significativamente la sugestionabilidad, encontrándose evidencia de estos resultados en otros estudios. En una investigación reciente, se halló que individuos con altos niveles de ansiedad tendían a presentar mayores niveles de sugestionabilidad, así como a presentar dificultades al momento de identificar noticias falsas (Escolà-Gascón et al., 2023). En estudios de sugestionabilidad hipnótica, sujetos expuestos a experiencias traumáticas y con un

perfil de apego ansioso presentaban una tendencia a ser más sugestionables (Wieder & Terhune, 2019). Asimismo, en estudios realizados en los efectos del diagnosis threat durante y después de la pandemia por COVID-19, se halló que sujetos altamente sugestionables eran más vulnerables a los efectos de este fenómeno, en los cuales se encontraba alta presencia de ansiedad ante las expectativas negativas hacia la recuperación del Covid-19; del mismo modo, ambos estudios sugieren a la sugestionabilidad como un factor que aumente los efectos del diagnosis threat en las personas (Winter & Braw, 2022, 2023).

Limitaciones

Los resultados del presente estudio deben ser considerados tomando en cuenta las limitaciones del estudio. En primer lugar, el uso de técnicas de muestreo no probabilísticas aumenta la probabilidad de sesgo de selección, lo que impide observar qué tan representativos son los hallazgos para toda la población peruana. En relación a ello, la mayoría de los participantes son personas solteras o casadas, con estudios superior universitarios, completos o incompletos, que proceden más de la costa o de la sierra del país. Por tanto, se recomienda a futuros estudios emplear muestras representativas basadas en técnicas de muestreo probabilístico para mejorar la generalización de los resultados. En segundo lugar, el uso de una encuesta en línea para recopilar información posibilita la participación solo a personas con acceso a Internet y que estén familiarizados con los formularios virtuales, dejando de lado otros grupos poblacionales. Por tanto, se sugiere emplear el uso de la encuesta presencial y uso de entrevistas, las cuales, a pesar de demandar más tiempo y costo, ayudarían a incluir más población y extender la cobertura de la investigación

En tercer lugar, el uso de una medida de autoinforme puede generar sesgos de deseabilidad social, es decir que los participantes pueden proporcionar respuestas sesgadas a los ítems de la escala debido a factores como el deseo de presentar una versión más positiva de sí mismos o la presión social. Por tanto, para futuros estudios se sugiere, complementar la evaluación con otras medidas de evaluación que permitan un mayor análisis de las repuestas, como una entrevista semiestructurada. En cuarto lugar, no se realizó un análisis basado en la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI), la cual ayudaría a evaluar mejor el funcionamiento de los ítems de la escala (Embretson & Reise, 2000). En quinto lugar, no se estimó la fiabilidad test-retest, el cual permite evaluar la estabilidad de las puntuaciones de la escala a través del tiempo. Por tanto, se sugiere realizar futuros estudios utilizando el método de test-retest, en la cual los ítems son aplicados en ocasiones diferentes para poder medir su estabilidad en el tiempo (Vilagut, 2014).

Implicancias

Las implicancias que el presente estudio plantearían son una ampliación de la literatura en el campo de investigación de la sugestionabilidad en población hispanohablante, fuera del campo de la hipnosis, la cual es escasa en primer lugar, sugiriendo la realización de más estudios en dicho constructo, sobre los fenómenos que la rodean, y las características de la población a la cual afecta. Además, la escala desarrollada proporcionaría una potencial contribución para cualquier investigación relacionada a la desinformación en población peruana, así como para desarrollar estrategias de intervención ante este fenómeno en diferentes contextos, en especial en situaciones de crisis como las pandemias, donde problemáticas como la infodemia

se acrecientan trayendo consecuencias ya comentadas en la introducción de este estudio.

Conclusiones

El estudio muestra fuertes evidencias del buen funcionamiento psicométrico de la escala BSS-12 para medir la sugestionabilidad en contexto peruano. Específicamente mostró evidencias a favor de una estructura de dos dimensiones relacionadas. Además, la invarianza factorial según sexo también fue consistente, indicando que el instrumento es apto para evaluar el constructo tanto en hombres como mujeres. También, se halló una relación significativa entre el nivel de ansiedad y las dimensiones cognitivas y sociales de la sugestionabilidad, respaldando su validez ante otras variables. Por tanto, la escala BSS-12 es un instrumento válido y confiable para medir la sugestionabilidad ante noticias falsas, pudiendo ser de utilidad para ampliar los estudios respecto a este fenómeno en población hispanohablante.

Declaración de financiamiento y de conflicto de interés

Los autores declaran que no hay conflictos de intereses potenciales.

Referencias

- Aiken, L. R. (1980). Content validity and reliability of single items or questionnaires. *Educational and Psychological Measurement, 40*(4), 955–959.
<https://doi.org/10.1177/001316448004000419>
- Almerigogna, J., Ost, J., Akehurst, L., & Fluck, M. (2008). How interviewers' nonverbal behaviors can affect children's perceptions and suggestibility. *Journal of Experimental Child Psychology, 100*, 17–39.
<https://doi.org/10.1016/j.jecp.2008.01.006>
- Alvarez-Risco, A., Mejia, C. R., Delgado-Zegarra, J., Del-Aguila-Arcentales, S., Arce-Esquivel, A. A., Valladares-Garrido, M. J., Del Portal, M. R., Villegas, L. F., Curioso, W. H., Sekar, M. C., & Yáñez, J. A. (2020). The Peru approach against the COVID-19 infodemic: Insights and strategies. *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, 103*(2), 583–586. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0536>
- Arroyo-Sánchez, A. S., Cabrejo Paredes, J. E., & Cruzado Vallejos, M. P. (2020). Infodemic, the other pandemic during 2019 coronavirus disease. *Anales de La Facultad de Medicina, 81*(2), 230–233.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología Introducción Un marco conceptual para la investigación. *Anales de Psicología, 29*(3), 1038–1059.
<https://dx.doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Barber, T. X., & Calverley, D. S. (1963). “Hypnotic-like” suggestibility in children and adults. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 66*(6), 589–597.
<https://doi.org/10.1037/h0041709>
- Barkley, R. A. (2012). *Executive Functions: What They Are, How They Work, and Why They Evolved*. The Guilford Press.
- Bastick, Z. (2021). Would you notice if fake news changed your behavior? An experiment on the unconscious effects of disinformation. *Computers in Human Behavior, 116*, 106633. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106633>
- Binet, A. (1900). *La suggestibilité*. Schleicher Freres.
- Bronstein, M. V., Pennycook, G., Bear, A., Rand, D. G., & Cannon, T. D. (2019). Belief in Fake News is Associated with Delusionality, Dogmatism, Religious

- Fundamentalism, and Reduced Analytic Thinking. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 108–117. <https://doi.org/10.1037/h0101832>
- Brown, R. J., Antonova, E., Langley, A., & Oakley, D. A. (2001). The effects of absorption and reduced critical thought on Suggestibility in an hypnotic context. *Contemporary Hypnosis*, 18(2), 62–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/ch.220>
- Campbell-Meiklejohn, D. K., Bach, D. R., Roepstorff, A., Dolan, R. J., & Frith, C. D. (2010). How the opinion of others affects our valuation of objects. *Current Biology*, 20(13), 1165–1170. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2010.04.055>
- Carrión, F., Suing, A., & Ordóñez, K. (2022). Information on Andean television during Covid-19. *VISUAL Review. International Visual Culture Review/ Revista Internacional De Cultura Visual*, 11(1), 1–9. <https://doi.org/10.37467/REVISUAL.V9.3631>
- Celliers, M., & Hattingh, M. (2020). A Systematic Review on Fake News Themes Reported in Literature. In M. Hattingh, M. Matthee, H. Smuts, I. Pappas, Y. K. Dwivedi, & M. Mäntymäki (Eds.), *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology* (pp. 223–234). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_19
- Chen, F. F. (2007). Sensitivity of goodness of fit indexes to lack of measurement invariance. *Structural Equation Modeling*, 14(3), 464–504. <https://doi.org/10.1080/10705510701301834>
- Coffin, T. E. (1941). Some Conditions of Suggestion and Suggestibility: A Study of Certain Attitudinal and Situational Factors Influencing the Process of Suggestion. *Psychological Monographs*, 53(4), 1–125. <https://doi.org/10.1037/h0093490>
- Colliander, J. (2019). “This is fake news”: Investigating the role of conformity to other users’ views when commenting on and spreading disinformation in social media. *Computers in Human Behavior*, 97, 202–215. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.032>
- Cristofori, I., Cohen-Zimerman, S., & Grafman, J. (2019). Executive functions. In M. D’Esposito & J. H. Grafman (Eds.), *Handbook of Clinical Neurology* (Vol. 163, pp. 197–219). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-804281-6.00011-2>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>

- Dalton, A. L., & Daneman, M. (2006). Social suggestibility to central and peripheral misinformation. *Memory*, *14*(4), 486–501.
<https://doi.org/10.1080/09658210500495073>
- De keersmaecker, J., & Roets, A. (2017). ‘Fake news’: Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions. *Intelligence*, *65*, 107–110.
<https://doi.org/10.1016/j.intell.2017.10.005>
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, *113*(3), 554–559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>
- Dhanani, L. Y., & Franz, B. (2021). Why public health framing matters: An experimental study of the effects of COVID-19 framing on prejudice and xenophobia in the United States. *Social Science and Medicine*, *269*, 113572.
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113572>
- Diomidous, M., Chardalias, K., Magita, A., Koutonias, P., Panagiotopoulou, P., & Mantas, J. (2016). Social and psychological effects of the internet use. *Acta Informatica Medica*, *24*(1), 66–69. <https://doi.org/10.5455/aim.2016.24.66-69>
- Douglas, K. M. (2021). COVID-19 conspiracy theories. *Group Processes and Intergroup Relations*, *24*(2), 270–275.
<https://doi.org/10.1177/1368430220982068>
- Durante, R., Pinotti, P., & Tesei, A. (2019). The Political Legacy of Entertainment TV. *American Economic Review*, *109*(7), 2497–2530.
<https://doi.org/10.1257/aer.20150958>
- Embretson, S. E., & Reise, S. P. (2000). *Item Response Theory for Psychologists*. Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781410605269>
- Escolà-Gascón, Á., Dagnall, N., Denovan, A., Drinkwater, K., & Diez-Bosch, M. (2023). Who falls for fake news? Psychological and clinical profiling evidence of fake news consumers. *Personality and Individual Differences*, *200*, 111893.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111893>
- Evans, J. S. B. T., & Stanovich, K. E. (2013). Dual-Process Theories of Higher Cognition: Advancing the Debate. *Perspectives on Psychological Science*, *8*(3), 223–241. <https://doi.org/10.1177/1745691612460685>
- Eysenck, H. J., Arnold, W., & Meili, R. (1972). *Encyclopedia of Psychology* (H. J.

- Eysenck, W. Arnold, & R. Meili (eds.); Vol. 3). Herder and Herder.
- Finney, S., & DiStefano, C. (2006). Non-normal and Categorical data in structural equation modeling. In G. R. Hancock & R. O. Mueller (Eds.), *Structural equation modeling: a second course* (pp. 269–314). Information Age Publishing.
- Flanagin, A. J. (2017). Online Social Influence and the Convergence of Mass and Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 43(4), 450–463. <https://doi.org/10.1111/hcre.12116>
- Gheorghiu, V. A. (1989). The Difficulty in explaining Suggestion: Some Conceivable Solutions. In V. Gheorghiu, P. Netter, H. Eysenck, & R. Rosenthal (Eds.), *Suggestion and Suggestibility: Theory and Research* (pp. 99–112). Springer.
- Gheorghiu, V. A. (2000). The Domain of Suggestibility: Attempt to Conceptualize Suggestional Phenomena. In V. De Pascalis, V. A. Gheorghiu, P. W. Sheehan, & I. Kirsch (Eds.), *Suggestion and Suggestibility: Advances in Theory and Research* (pp. 1–28). M.E.G.- Stiftung.
- Goldenberg, A., & Gross, J. J. (2020). Digital Emotion Contagion. *Trends in Cognitive Sciences*, 24(4), 316–328. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.01.009>
- González-Ordi, H., De Vicente-Colomina, A., Capilla-Ramírez, P., & Santamaría-Fernández, P. (2018). The assessment of suggestibility in emotional disorders: An exploratory study. *Clinica y Salud*, 29(3), 139–145. <https://doi.org/10.5093/clysa2018a20>
- González Ordi, H., & Miguel-Tobal, J. J. (1999). Características de la sugestionabilidad y su relación con otras variables psicológicas. *Anales de Psicología*, 15(1), 57–75. https://www.um.es/analesps/v15/v15_1pdf/07h01hect.pdf
- Gudjonsson, G., & Clark, N. (1986). Suggestibility in police interrogation : A social psychological model. *Social Behaviour*, 1(2), 83–104.
- Gudjonsson, G. H. (1983). Suggestibility, intelligence, memory recall and personality: An experimental study. *British Journal of Psychiatry*, 142, 35–37. <https://doi.org/10.1192/bjp.142.1.35>
- Gudjonsson, G. H. (1984). A new scale of Interrogative Suggestibility. *Personality and Individual Differences*, 5(3), 303–314. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(84\)90069-2](https://doi.org/10.1016/0191-8869(84)90069-2)
- Gudjonsson, G. H. (1987). Historical background to suggestibility: How interrogative suggestibility differs from other types of suggestibility. *Person. Individ. Diff*, 8(3),

- 347–355. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(87\)90035-3](https://doi.org/10.1016/0191-8869(87)90035-3)
- Gupta, L., Gasparyan, A. Y., Misra, D. P., Agarwal, V., Zimba, O., & Yessirkepov, M. (2020). Information and misinformation on COVID-19: A cross-sectional survey study. *Journal of Korean Medical Science*, *35*(27), e256. <https://doi.org/10.3346/jkms.2020.35.e256>
- Hasanzad, M., Namazi, H., & Larijani, B. (2022). COVID-19 anti-vaccine attitude and hesitancy. *Journal of Diabetes and Metabolic Disorders*, *22*, 1–4. <https://doi.org/10.1007/s40200-022-01018-y>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education
- Ioannidis, J. (2020). Coronavirus disease 2019: The harms of exaggerated information and non-evidence-based measures. *European Journal of Clinical Investigation*, *50*(4), 1–5. <https://doi.org/10.1111/eci.13222>
- Johnston, N. (2020). Living in the World of Fake News: High School Students' Evaluation of Information from Social Media Sites. *Journal of the Australian Library and Information Association*, *69*(4), 430–450. <https://doi.org/10.1080/24750158.2020.1821146>
- Jorgensen, T. D., Pornprasertmanit, S., Schoemann, A. M., & Rosseel, Y. (2018). *semTools: Useful tools for structural equation modeling. R package version 0.5-1*. <https://cran.r-project.org/package=semTools>
- Jun, Y., Meng, R., & Johar, G. V. (2017). Perceived social presence reduces fact-checking. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, *114*(23), 5976–5981. <https://doi.org/10.1073/pnas.1700175114>
- Kallio, S. (2021). Time to update our suggestibility scales. *Consciousness and Cognition*, *90*, 103103. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2021.103103>
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). News Media Trust and News Consumption: Factors Related to Trust in News in 35 Countries. *International Journal of Communication*, *13*, 3672–3693. <https://doi.org/doi.org/10.5167/uzh-175863>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). The Guilford Press.
- Kotov, R. I., Bellman, S. B., & Watson, D. B. (2004). *Multidimensional Iowa Suggestibility Scale (MISS) Brief Manual*. Stony Brook University.
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of

- massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(2), 8788–8790. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>
- Kuźelewska, E., & Tomaszuk, M. (2022). Rise of Conspiracy Theories in the Pandemic Times. *International Journal for the Semiotics of Law*, 35(6), 2373–2389. <https://doi.org/10.1007/s11196-022-09910-9>
- Landry, M., Lifshitz, M., & Raz, A. (2017). Brain correlates of hypnosis: A systematic review and meta-analytic exploration. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 81, 75–98. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2017.02.020>
- Li, W., Watts, J., & Tan, N. (2019). From Screen to Screening: Entertainment and News Television Media Effects on Cancer Screening Behaviors. *Journal of Health Communication*, 24(4), 385–394. <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1607954>
- Lobato, E. J. C., Powell, M., Padilla, L. M. K., & Holbrook, C. (2020). Factors Predicting Willingness to Share COVID-19 Misinformation. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.566108>
- Lundy, R. M. (1989). The Internal Confirmation of Personal Constructs: Why Suggestions are not Accepted. In V. Gheorghiu, P. Netter, H. Eysenck, & R. Rosenthal (Eds.), *Suggestion and Suggestibility: Theory and Research* (pp. 79–90). Springer.
- Luo, L., Arizmendi, C., & Gates, K. M. (2019). Exploratory Factor Analysis (EFA) Programs in R. *Structural Equation Modeling*, 26(5), 819–826. <https://doi.org/10.1080/10705511.2019.1615835>
- Mattke Jens, Maier, C., Reis, L., & Weitzel, T. (2020). Herd Behavior in Social Media: The Role of Facebook Likes, Strength of Ties, and Expertise. *Information & Management*, 57(8). <https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103370>
- McDonald, R. P. (1999). *Test Theory: A Unified Treatment*. Taylor & Francis.
- McFarlane, F., Powell, M. B., & Dudgeon, P. (2002). An examination of the degree to which IQ, memory performance, socio-economic status and gender predict young children's suggestibility. *Legal and Criminological Psychology*, 7(2), 227–239. <https://doi.org/10.1348/135532502760274729>
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Mena, P., Jiang, S., & Wilson, C. (2021). From Dark to Light: The Many Shades of Sharing Misinformation Online. *Media and Communication*, 9(1), 134–143. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3409>

- Meyers-Levy, J., & Maheswaran, D. (1991). Exploring Differences in Males' and Females' Processing Strategies. *Journal of Consumer Research*, 18(1), 63–70. <https://doi.org/10.1086/209241>
- Mheidly, N., & Fares, J. (2020). Leveraging media and health communication strategies to overcome the COVID-19 infodemic. *Journal of Public Health Policy*, 41(4), 410–420. <https://doi.org/10.1057/s41271-020-00247-w>
- Milling, L. S. (2008). Is High Hypnotic Suggestibility Necessary for Successful Hypnotic Pain Intervention? *Current Pain and Headache Reports*, 12(2), 98–102. <https://doi.org/10.1007/s11916-008-0019-0>
- Moussaïd, M., Kämmer, J. E., Analytis, P. P., & Neth, H. (2013). Social influence and the collective dynamics of opinion formation. *PLoS ONE*, 8(11), e78433. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0078433>
- Muñiz, J., & Fonseca-Pedrero, E. (2019). Ten steps for test development. *Psicothema*, 31(1), 7–16. <https://doi.org/10.7334/psicothema2018.291>
- Naeem, S. Bin, Bhatti, R., & Khan, A. (2021). An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Information and Libraries Journal*, 38(2), 143–149. <https://doi.org/10.1111/hir.12320>
- Napitupulu, D., Syafrullah, M., Rahim, R., Amar, A., & Sucahyo, Y. G. (2018). Content validity of critical success factors for e-Government implementation in Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 352, 1–10. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/352/1/012058>
- Nicolas, S., Collins, T., Gounden, Y., & Roediger, H. L. (2011). The influence of suggestibility on memory. *Consciousness and Cognition*, 20(2), 399–400. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2010.10.019>
- Nieves-Cuervo, G. M., Manrique-Hernández, E. F., Robledo-Colonia, A. F., & Grillo Ardila, E. K. (2021). Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 45. <https://doi.org/10.26633/rpsp.2021.44>
- Page, R. A., & Green, J. P. (2007). An Update on Age, Hypnotic Suggestibility, and Gender: A Brief Report. *American Journal of Clinical Hypnosis*, 49(4), 283–287. <https://doi.org/10.1080/00029157.2007.10524505>
- Palfi, B., Moga, G., Lush, P., Scott, R. B., & Dienes, Z. (2020). Can hypnotic suggestibility be measured online? *Psychological Research*, 84, 1460–1471. <https://doi.org/10.1007/s00426-019-01162-w>

- Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A. A., Eckles, D., & Rand, D. G. (2021). Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. *Nature*, *592*, 590–595. <https://doi.org/10.1038/s41586-021-03344-2>
- Pennycook, G., & 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*, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, *25*(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Piltch-Loeb, R., Savoia, E., Goldberg, B., Hughes, B., Verhey, T., Kayyem, J., Miller-Idriss, C., & Testa, M. (2021). Examining the effect of information channel on COVID-19 vaccine acceptance. *PLoS ONE*, *16*(5), e0251095. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251095>
- Powers, P. A., Andriks, J. L., & Loftus, E. F. (1979). Eyewitness Accounts of Females and Males. *Journal of Applied Psychology*, *64*(3), 339–347. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.64.3.339>
- R Core Team. (2019). *A language and environment for statistical computing* (R version 3.6.1). R Foundation for Statistical Computing. <http://www.r-project.org/>
- Rajkumar, R. (2020). COVID-19 and mental health: A review of the existing literature. *Asian Journal of Psychiatry*, *52*, 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102066>
- Raykov, T., & Hancock, G. R. (2005). Examining change in maximal reliability for multiple-component measuring instruments. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, *58*(1), 65–82. <https://doi.org/10.1348/000711005X38753>
- Reihani, H., Ghassemi, M., Mazer-Amirshahi, M., Aljohani, B., & Pourmand, A. (2021). Non-evidenced based treatment: An unintended cause of morbidity and mortality related to COVID-19. *American Journal of Emergency Medicine*, *39*, 221–222. <https://doi.org/10.1016/j.ajem.2020.05.001>
- Robins, R. W., Hendin, H. M., & Trzesniewski, K. H. (2001). Measuring Global Self-Esteem: Construct Validation of a Single-Item Measure and the Rosenberg Self-Esteem Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*(2), 151–161. <https://doi.org/10.1177/0146167201272002>
- Romero-Rodriguez, L. M., Valdez-López, O. E., & Gómez, Á. H. (2021). Public Television in Andean America: History, Ownership Changes, and Criticism from Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, and Peru. *Media History*, *27*(4), 539–557. <https://doi.org/10.1080/13688804.2021.1885360>

- Rosenberg, H., Syed, S., & Rezaie, S. (2020). The Twitter pandemic: The critical role of Twitter in the dissemination of medical information and misinformation during the COVID-19 pandemic. *Canadian Journal of Emergency Medicine*, 22(4), 418–421. <https://doi.org/10.1017/cem.2020.361>
- Rosseel, Y. (2012). lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling Yves. *Journal of Statistical Software*, 48(2), 1–36. <https://doi.org/10.18637/jss.v048.i02>
- RStudio Team. (2018). *RStudio: Integrated Development Environment for R*. RStudio, Inc. <http://www.rstudio.com/>
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2015). A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling. In *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315749105>
- Shor, R. E., & Orne, E. C. (1962). *Harvard Group Scale of Hypnotic Susceptibility, Form A*. Consulting Psychologists Press.
- Sidis, B. (1989). *The Psychology of suggestion*. Appleton.
- Singh, K. K., & Gudjonsson, G. H. (1992). Interrogative suggestibility among adolescent boys and its relationship with intelligence, memory, and cognitive set. *Journal of Adolescence*, 15(2), 155–161. [https://doi.org/10.1016/0140-1971\(92\)90044-6](https://doi.org/10.1016/0140-1971(92)90044-6)
- Small, M. H. (1896). The Suggestibility of Children. *Pedagogical Seminary*, 4(2), 176–220. <https://doi.org/10.1080/08919402.1896.10534805>
- Søe, S. O. (2021). A unified account of information, misinformation, and disinformation. *Synthese*, 198(6), 5929–5949. <https://doi.org/10.1007/s11229-019-02444-x>
- Spanos, N. P., Radtke, H. L., Hodgins, D. C., Stam, H. J., & Bertrand, L. D. (1983). The Carleton University responsiveness to suggestion scale: normative data and psychometric properties. *Psychological Reports*, 53(2), 523–535. <https://doi.org/10.2466/pr0.1983.53.2.523>
- Spitzer, R. L., Kroenke, K., Williams, J. B. W., & Löwe, B. (2006). A Brief Measure for Assessing Generalized Anxiety Disorder The GAD-7. *Arch Intern Med*, 166(10), 1092–1097. <https://doi.org/10.1001/archinte.166.10.1092>
- Stokvis, B., & Pflanz, M. (1961). *Suggestion*. S. Karger. <https://doi.org/10.1159/000390787>
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & 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), 139–156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>
- Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Public health and online misinformation: Challenges and recommendations. *Annual Review of Public Health*, 41, 433–451. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040119-094127>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7th ed.). Pearson.
- Tandoc, E. C. (2019). The facts of fake news: A research review. *Sociology Compass*, 13(9), 1–9. <https://doi.org/10.1111/soc4.12724>
- Tandoc, E. C., Lee, J., Chew, M., Tan, F. X., & Goh, Z. H. (2021). Falling for fake news: the role of political bias and cognitive ability. *Asian Journal of Communication*, 31(4), 237–253. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.1941149>
- Tapia, L. (2020). COVID-19 and Fake News in the Dominican Republic. *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 102(6), 1172–1174. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0234>
- Tunçgenç, B., El Zein, M., Sulik, J., Newson, M., Zhao, Y., Dezechache, G., & Deroy, O. (2021). Social influence matters: We follow pandemic guidelines most when our close circle does. *British Journal of Psychology*, 112(3), 763–780. <https://doi.org/10.1111/bjop.12491>
- Ventura-León, J. (2019). Back to content-based validity. *Adicciones*, 1–3. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1213>
- Vilagut, G. (2014). Test-Retest Reliability. In A. C. Michalos (Ed.), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (pp. 6622–6625). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wagstaff, G. F. (1991). Suggestibility: A social psychological approach. In J. F. Schumaker (Ed.), *Human Suggestibility: Advances in Theory, Research, and Application*. Routledge.
- Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. *Social Science and Medicine*, 240, 112552. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>

- Wieder, L., & Terhune, D. B. (2019). Trauma and anxious attachment influence the relationship between suggestibility and dissociation: a moderated-moderation analysis. *Cognitive Neuropsychiatry*, 24(3), 191–207.
<https://doi.org/10.1080/13546805.2019.1606705>
- Winter, D., & Braw, Y. (2022). COVID-19: Impact of diagnosis threat and suggestibility on subjective cognitive complaints. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 22(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.ijchp.2021.100253>
- Winter, D., & Braw, Y. (2023). Effects of diagnosis threat on cognitive complaints after COVID-19. *Health Psychology*, 42(5), 335–342.
<https://doi.org/10.1037/hea0001286>
- World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki ethical principles for medical research involving human subjects. *JAMA: Journal of the American Medical Association*, 310(20), 2191–2194.
<https://doi.org/10.1001/jama.2013.281053>
- Zhao, S., Hu, S., Zhou, X., Song, S., Wang, Q., Zheng, H., Zhang, Y., & Hou, Z. (2023). The Prevalence, Features, Influencing Factors, and Solutions for COVID-19 Vaccine Misinformation: Systematic Review. *JMIR Public Health and Surveillance*, 9, e40201. <https://doi.org/10.2196/40201>
- Zheng, Y., Goh, E., & Wen, J. (2020). The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: a perspective article. *Anatolia*, 31(2), 337–340. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1747208>
- Zhong, Q. Y., Gelaye, B., Zaslavsky, A. M., Fann, J. R., Rondon, M. B., Sánchez, S. E., & Williams, M. A. (2015). Diagnostic validity of the generalized anxiety disorder - 7 (GAD-7) among pregnant women. *PLoS ONE*, 10(4), e0125096.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0125096>
- Zhu, B., Chen, C., Loftus, E. F., Lin, C., He, Q., Chen, C., Li, H., Xue, G., Lu, Z., & Dong, Q. (2010). Individual differences in false memory from misinformation: Cognitive factors. *Memory*, 18(5), 543–555.
<https://doi.org/10.1080/09658211.2010.487051>

Anexo 1

Evidencia de sumisión de Artículo en una revista de prestigio

British Journal of Health Psychology
Article

Study of suggestibility in adults: Conceptual delimitation and Psychometric development of the Brief Suggestibility Scale (BSS-12)

Submission Status	Under Review
Manuscript ID	BJHP-2024-0355
Submitted On	25 September 2024 by Lindsey W. Vilca
Submission Started	25 September 2024 by Lindsey W. Vilca

This submission is under consideration and cannot be edited. Further information will be emailed to you by the journal editorial office.

[Submission overview →](#)

Anexo 2

Copia de la Resolución de Inscripción del Perfil de Proyecto de Tesis en formato artículo



“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

RESOLUCIÓN N°2519-2022/UPEU-FCS-CF

Lima, Ñaña, 11 de octubre de 2022

VISTO:

El expediente de **ANDREA LIZBETH, ROJAS HUMPIRE**, identificada con código universitario N° 201812437, de la Escuela Profesional de Psicología, de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Unión;

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la aprobación e inscripción del perfil de proyecto de tesis en formato artículo y la designación o nombramiento del asesor para la obtención del título profesional;

Que **ANDREA LIZBETH, ROJAS HUMPIRE**, ha solicitado: la inscripción del perfil de proyecto de tesis titulado: *Construcción de la escala psicométrica de sugestionabilidad*; y la designación del Asesor, encargado de orientar y asesorar la ejecución del perfil de proyecto de tesis en formato artículo;

Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 11 de octubre de 2022, y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad;

SE RESUELVE:

Aprobar el perfil de proyecto de tesis en formato artículo titulado: *Construcción de la escala psicométrica de sugestionabilidad*; y disponer su inscripción en el registro correspondiente, designar a la **Mg. RUTH EVELYN QUIROZ SOTO**, para que oriente y asesore la ejecución del perfil de proyecto de tesis en formato artículo el cual fue dictaminado por el *Mtro. Cristian Edwin Adriano Rengifo*, y el *Psic. Aaron Italo Travezaño Cabrera*, otorgándoles un plazo máximo de doce (12) meses para la ejecución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Mtro. Roger Albornoz Esteban
DECANO



Mg. Mary Luz Solorzano Aparicio
SECRETARIA ACADÉMICA

CC:

- Interesado
- Asesor
- Archivo

RESOLUCIÓN N°2518-2022/UPEU-FCS-CF

Lima, Ñaña, 11 de octubre de 2022

VISTO:

El expediente de **ZUMIKO GAZDALI ,ATAUJE SAITO**, identificada con código universitario N° **201810294**, de la Escuela Profesional de Psicología, de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Unión;

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la aprobación e inscripción del perfil de proyecto de tesis en formato artículo y la designación o nombramiento del asesor para la obtención del título profesional;

Que **ZUMIKO GAZDALI ,ATAUJE SAITO**, ha solicitado: la inscripción del perfil de proyecto de tesis titulado: *Construcción de la escala psicométrica de sugestionabilidad*; y la designación del Asesor, encargado de orientar y asesorar la ejecución del perfil de proyecto de tesis en formato artículo;

Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 11 de octubre de 2022, y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad;

SE RESUELVE:

Aprobar el perfil de proyecto de tesis en formato artículo titulado: *Construcción de la escala psicométrica de sugestionabilidad*; y disponer su inscripción en el registro correspondiente, designar a la **Mg. RUTH EVELYN QUIROZ SOTO**, para que oriente y asesore la ejecución del perfil de proyecto de tesis en formato artículo el cual fue dictaminado por el *Mtro. Cristian Edwin Adriano Rengifo*, y el *Psic. Aaron Italo Travezaño Cabrera*, otorgándoles un plazo máximo de doce (12) meses para la ejecución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



[Signature]
Mtro. Roger Albornoz Esteban
DECANO



[Signature]
M.c. Mary Luz Solorzano Aparicio
SECRETARÍA ACADÉMICA

CC:

- Interesado
- Asesor
- Archivo

Anexo 3

Carta de Aprobación de Comité de Ética



Una Institución Adventista

Lima, Ñaña, 20 de junio de 2022

EL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

CONSTA

Que el proyecto de investigación de **Atauje Saito Zumiko Gazdali**, identificada con DNI No. **62713110**, y **Rojas Humpire Andrea Lizbeth**, identificada con DNI No. **71662055**, su asesor **Wilca Quiro Lindsey Wildman**, identificado con DNI No. **46289308**, con el título: "**Construcción de la escala psicométrica de sugestionabilidad**", fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de Investigación de la Universidad Peruana Unión, considerando su calidad científica, consideración del bienestar de sus participantes, y conformidad con los estándares de la ética establecidas en el Código de ética para la Investigación de la Universidad Peruana Unión.

Para mantener la aprobación del Comité de Ética, se tiene que cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Cada participante debe dar consentimiento informado. En el caso de menores de edad, por lo menos uno de sus padres o guardianes debe registrar su consentimiento informado y el menor de edad debe registrar su asentimiento informado, en caso de trabajos prospectivos. En caso de trabajos retrospectivos contar con la carta de autorización de la institución.

Los resultados de este proyecto puedan ser publicados con referencia a aprobación Número 2022-CE-FCS - UPeU-046.



Maria Magdalena Diaz Orihuel
Mg. **María Magdalena Díaz Orihuel**
Presidente:
Comité de Ética de Investigación



William de Borba
Mtro. **William de Borba**
Secretario:
Comité de Ética de Investigación

Anexo 4

Consentimiento informado

Estudio sobre las actitudes frente a las noticias

Hola, somos Andrea Rojas y Zumiko Atauje estudiantes de la Escuela profesional de Psicología. Este cuestionario tiene como propósito construir una escala que permita conocer las actitudes de una persona ante las noticias. Dicha información ayudará en el estudio de esta variable en el contexto peruano. Su participación es totalmente voluntaria y no será obligatoria llenar dicha encuesta si es que no lo desea. Si decide participar en este estudio, por favor responda el cuestionario, así mismo, puede dejar de llenar el cuestionario en cualquier momento, si así lo decide.

Cualquier duda o consulta que usted tenga posteriormente puede escribirnos a andrearojas@upeu.edu.pe o zumikoatauje@upeu.edu.pe o a nuestros números de teléfono 944 035 038 o 912 691 816 respectivamente.

He leído los párrafos anteriores y reconozco que al llenar y entregar este cuestionario estoy dando mi consentimiento para participar en este estudio.

Anexo 5

Escala breve de Sugestionabilidad (BSS-12)

Instrucciones: A continuación, se presentan diversas actitudes relacionadas a las noticias falsas. Marca con una X la respuesta que mejor te describa. Recuerda que no existen respuestas correctas o incorrectas, y que no es necesario dedicar mucho tiempo a cada frase.

N°	Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Tiendo a creer las noticias que leo en los periódicos sin verificar la información.					
2	Tiendo a creer rápidamente en noticias que me conmueven y/o impresionan.					
3	Tiendo a creer en las noticias que mis amigos y/o familiares comparten sin haber verificado información.					
4	Tiendo a creer más la opinión de conocidos que la de profesionales.					
5	Cuando mis conocidos mencionan alguna información nueva, suelo considerarla como cierta.					
6	Tiendo a creer las noticias que veo en internet sin verificar la información.					
7	Tiendo a creer las noticias que veo en la televisión sin verificar la información.					
8	Tiendo a creer en las opiniones de los demás sin verificar la información.					
9	Tiendo a creer las noticias que escucho en la radio sin verificar la información.					
10	Tiendo a creer en la opinión de expertos, sin comprobar la información.					
11	Tiendo a creer en las noticias sin verificarlas con otras fuentes de información.					
12	Si la mayoría está de acuerdo con una noticia, yo también estoy de acuerdo.					

Anexo 6

Trastorno de Ansiedad Generalizada (GAD-7)

Señale con qué frecuencia ha sufrido los siguientes problemas en los últimos 15 días:	Nunca	Menos de la mitad de los días	Más de la mitad de los días	Casi todos los días
Se ha sentido nervioso, ansioso o muy alterado	0	1	2	3
No ha podido dejar de preocuparse	0	1	2	3
Se ha preocupado excesivamente por diferentes cosas	0	1	2	3
Ha tenido dificultad para relajarse	0	1	2	3
Se ha sentido tan intranquilo que no podía estarse quieto	0	1	2	3
Se ha irritado o enfadado con facilidad	0	1	2	3
Ha sentido miedo, como si fuera a suceder algo terrible	0	1	2	3