

Prevención y Control del Cáncer en Tiempos de Capitalismo de Vigilancia: Caminos para Combatir la Desinformación

<https://doi.org/10.32635/2176-9745.RBC.2025v71n1.4829>

Prevenção e Controle do Câncer em Tempos de Capitalismo de Vigilância: Caminhos para o Combate à Desinformação
Cancer Prevention and Control in the Age of Surveillance Capitalism: Paths to Combat Disinformation

Fernando Lopes Tavares de Lima¹; Telma de Almeida Souza²

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, se atestiguó un crecimiento acelerado del acceso a internet, lo que modificó las formas de interactuar y obtener informaciones. La expansión de la conectividad móvil contribuyó para el desarrollo de una sociedad hiperconectada, en la cual aproximadamente 5,4 mil millones de individuos están conectados a internet en todo el mundo¹. Esa revolución tecnológica vino acompañada de una transformación social, que influyó e influye en las percepciones y comportamientos.

El concepto de capitalismo de vigilancia, desarrollado por Zuboff², ofrece una perspectiva crítica sobre estas transformaciones. La autora argumenta que las grandes empresas tecnológicas recolectan, analizan y monetizan los datos personales, estableciendo un ciclo de vigilancia que explota la privacidad para obtener lucro y moldear comportamientos. Para que esta forma de negocio prospere, es crucial que las personas permanezcan conectadas el mayor tiempo posible, proporcionando sus datos, que son convertidos en mercadería negociable².

En un contexto en que hay abundancia de datos, los medios sociales se convierten en espacios en donde la desinformación se disemina con facilidad y rapidez, enganchando a los usuarios y generando lucro para determinados grupos. Este modelo de capitalismo se alimenta de la infodemia, un fenómeno caracterizado por la diseminación rápida y amplia de informaciones, verdaderas y falsas, sobre un determinado tema de salud³. La infodemia alcanza diversas áreas de la salud, incluyendo el cáncer.

La creciente infodemia sobre el cáncer representa una amenaza para la salud pública, pues expone a la población a riesgos al promover la diseminación de informaciones falsas

que pueden perjudicar la toma de decisiones^{4,5}. Por esto, se vuelve relevante la implementación de estrategias eficaces para reconocer y combatir la desinformación y promover informaciones basadas en evidencias. Se debe entender este combate como parte de un proceso más amplio y complejo de transformación en la comunicación y educación en salud, con el objetivo de controlar al cáncer.

El objetivo de este texto es presentar los desafíos de la prevención y control del cáncer en tiempos de capitalismo de vigilancia y posibles caminos para combatir la desinformación en esa área.

DESARROLLO

La desinformación en el área de la salud es un desafío en constante crecimiento que viene ganando mayor atención de la comunidad científica desde 2002⁶. La desinformación no se restringe a los usuarios individualmente, pero constituye un problema para la sociedad, impactando en la salud pública y reduciendo la confianza en las instituciones de salud y en la ciencia⁶⁻⁸.

Para comenzar, es fundamental comprender las diferentes formas de desinformación. La información incorrecta (*misinformation*) se refiere a la propagación de informaciones falsas sin intención maliciosa. La desinformación (*disinformation*) envuelve la creación deliberada y la diseminación de informaciones falsas con el propósito de engañar y perjudicar, mientras que la mala información (*malinformation*) se refiere a informaciones verdaderas, aunque compartidas fuera de contexto o distorsionadas para causar daño^{8,9}.

Para entender mejor la diseminación de la desinformación, es esencial examinar no solo sus diferentes formas de manifestaciones, sino también

¹Instituto Nacional de Cáncer (INCA), Coordenação de Prevenção e Vigilância, Divisão de Vigilância e Análise de Situação. Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: flima@inca.gov.br. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0002-8618-7608>

²INCA, Coordenação de Ensino, Divisão de Ensino *Lato Sensu* e Técnico. Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: tsouza@inca.gov.br. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0003-2786-1890>

Dirección para correspondencia: Fernando Lopes Tavares de Lima. Rua Marquês de Pombal, 125, 6º andar – Centro. Rio de Janeiro (RJ), Brasil. CEP 20230-240. E-mail: flima@inca.gov.br



Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.

los motivos por los cuales las personas creen en ella, dinámica impulsada por factores psicológicos y sociales. Las personas tienden a creer en desinformación cuando esta coincide con sus creencias y prejuicios personales, un fenómeno conocido como sesgo de confirmación. Además, la desinformación, aparte de atraer por la novedad del contenido, explora emociones intensas como el miedo y la rabia, inhibiendo el pensamiento crítico y aumentando la susceptibilidad de las personas para aceptar informaciones falsas como verdaderas¹⁰.

La desinformación no es un fenómeno nuevo, pero se expandió considerablemente a partir de 2006, con la popularización de las redes sociales^{3,6,8}. La infodemia, caracterizada por el exceso de informaciones sobre un determinado tema de salud³, dificulta la distinción entre informaciones confiables y desinformación, creando un ambiente propicio para la diseminación de informaciones engañosas. El fenómeno es alimentado por narrativas que explotan los miedos e inseguridades y por estrategias retóricas, estableciendo una conexión compleja y retroalimentada con la polarización y la desconfianza en las fuentes oficiales y científicas^{8,11}.

Los medios sociales presentan una vasta cantidad de informaciones, generadas o amplificadas por el público, que prácticamente no son filtradas por las plataformas digitales³. En estos espacios, estas narrativas son amplificadas por algoritmos que crean cámaras de eco y dan preferencia a contenidos sensacionalistas con el objetivo de aumentar el consumo de los usuarios⁸, impulsando a todos hacia la era de la infodemia³. La falta de reglamentación y de responsabilización de las empresas de tecnología, asociada a la ausencia de mecanismos de verificación de hechos, permite que informaciones falsas se esparzan rápidamente^{6,7,10-12}.

Es importante resaltar, no obstante, que la diseminación de informaciones falsas no es un efecto colateral de los medios sociales. Realmente, las empresas propietarias de las plataformas tienen intereses económicos para no combatir la desinformación en masa. El modelo de negocios, conocido como capitalismo de vigilancia, depende de la obtención y análisis de grandes volúmenes de datos para personalizar la venta de anuncios e influir comportamientos¹². Por eso, buscan maximizar el tiempo de consumo de contenidos de los usuarios, promoviendo aquellos que evocan emociones intensas. Esta estrategia transforma a la desinformación en un catalizador para el aumento de ingresos con publicidad^{2,12}. Los algoritmos, ocultos en las plataformas digitales, son de difícil comprensión por los usuarios, y exacerbán el problema de la infodemia al privilegiar el número de interacciones en detrimento de la precisión de la información. Esto da como resultado un escenario en donde las empresas de tecnología

tienen un incentivo económico para no combatir a la desinformación, pues esto podría disminuir el tiempo de permanencia de los usuarios y, consecuentemente, la cantidad de datos recolectados y su lucro.

Muchos creadores de contenido, comerciantes, políticos y las propias plataformas lucran con la promoción de informaciones falsas¹², incluyendo las que abordan el cáncer. La infodemia del cáncer abarca desde mitos sobre las causas de la enfermedad hasta la promoción de medidas preventivas y tratamientos no comprobados, lo que puede incentivar la adopción de acciones sin base en evidencias^{4,5,13}. Aun cuando la toma de decisiones de pacientes y usuarios se base especialmente en valores y relaciones interpersonales, la credibilidad inadecuada en informaciones no verificadas puede resultar en atrasos en el tratamiento y en decisiones perjudiciales para la salud de los pacientes, exacerbando sus condiciones y reduciendo sus probabilidades de recuperación¹⁴.

El estado emocional de los pacientes con cáncer, asociado a otros factores, como la educación y el acceso a la red de apoyo disponible, los vuelve especialmente susceptibles a la desinformación, y esa vulnerabilidad es exacerbada por la dificultad en acceder a informaciones confiables y por la esperanza en encontrar soluciones rápidas y alternativas que prometen curas milagrosas^{13,14}. La diseminación de desinformación puede conducir a elecciones perjudiciales, como adoptar tratamientos no comprobados o recusar cuidados médicos basados en evidencias. Por eso, reforzar la confianza en la ciencia y en los profesionales de salud es fundamental para mitigar los efectos dañinos de la desinformación y asegurar que las decisiones de los pacientes se basen en prácticas guiadas por la ciencia^{4,8}.

Frente a la complejidad de los factores asociados a esos riesgos, es necesario articular acciones intersectoriales que consideren los aspectos tecnológicos y sociales para mitigar los impactos negativos de la desinformación en la salud individual y colectiva^{13,14}. Entre los descritos en la literatura^{3,8,11}, se destacan la alfabetización mediática y científica de la población; la protección de la integridad de las informaciones científicas; reglamentación y responsabilización de las grandes empresas de tecnología; fidelización comunitaria y alianzas globales; y el fortalecimiento de las respuestas institucionales.

La alfabetización mediática y científica busca fortalecer la capacidad de las personas en distinguir informaciones confiables y engañosas¹¹. Su ampliación, asociada a estrategias de educación en salud, desempeña un papel vital para promover una cultura de discernimiento informacional, en la cual los individuos desarrollan la competencia necesaria para evaluar críticamente las informaciones^{3,8}. Sin embargo, este proceso debe adoptar



un carácter menos instrumental e impulsar proyectos que incentiven la colaboración entre científicos y población¹⁵.

La protección de la integridad de las informaciones científicas es requisito para fortalecer la confianza en las instituciones de salud. Para esto, se deben garantizar la transparencia de las fuentes de información y que se promueva la verificación de las informaciones^{8,11}. Además, esta estrategia debe venir acompañada por una traducción precisa del conocimiento, que minimice la influencia de intereses externos y adapte las informaciones para la población³.

La reglamentación de los medios sociales es un paso importante para controlar la diseminación de desinformación y responsabilizar tanto a las empresas como a los usuarios involucrados¹¹. Para esto, se deben establecer leyes y normas que promuevan mayor transparencia y responsabilidad de las plataformas digitales respecto al contenido de sus redes. Esto incluye la creación de procesos robustos para el filtrado y verificación de hechos, además de medidas proactivas para la remoción rápida de contenidos falsos y perjudiciales, promoviendo un ambiente informativo más seguro y confiable^{3,11}.

El desarrollo de alianzas tanto globales como locales entre gobiernos, sociedad civil y comunidad científica permite compartir las mejores prácticas y recursos para enfrentar la desinformación y califica las estrategias de comunicación¹¹. Estudios señalan que incentivar a influenciadores con gran número de seguidores para diseminar informaciones de alta calidad puede ser eficaz para reducir la desinformación, así como es crucial que los creadores de contenido de alta calidad científica hagan que sus informaciones sean más cautivantes y comprensibles para el público⁸. Así, establecer redes de comunicación cooperativas puede facilitar el intercambio de informaciones precisas y fortalecer la resiliencia colectiva contra la desinformación.

Considerando que los métodos para producir noticias falsas han sido perfeccionados, el fortalecimiento de las respuestas institucionales debe intensificarse mediante el desarrollo de políticas fundamentadas en evidencias, mejorando la capacidad de identificación de informaciones equivocadas y ampliando el alcance de las noticias verdaderas. Frente a este panorama, la infodemiología surge como una herramienta esencial.

La infodemiología es un reciente campo de estudio sistemático de las informaciones de salud disponibles en internet, como redes sociales, motores de búsqueda y foros en línea, que busca identificar y responder a crisis de desinformación que puedan afectar la salud de la población³. Esto involucra la implementación de un sistema continuo de monitoreo y el análisis de los patrones

de intercambio de informaciones y datos en internet, proceso conocido como infovigilancia³.

En el contexto de la prevención y control del cáncer, la infodemiología y la infovigilancia permiten monitorear y analizar la diseminación de informaciones relacionadas al cáncer en internet, identificando los temas más prevalentes y las fuentes más compartidas, además de comprender cómo influyen esas informaciones en el comportamiento de los usuarios^{4,5,13,14}. Con base en estos análisis, se pueden desarrollar estrategias para combatir los mitos y las desinformaciones sobre cáncer.

No obstante, para alcanzar este objetivo, se hace necesario el dominio de diferentes herramientas y métodos para recolectar, analizar e interpretar datos, como la extracción de datos de internet, análisis de redes sociales, análisis de contenido, análisis de sentimiento, aprendizaje de máquina y análisis de tendencias de interés poblacional¹⁶. Entonces, la implementación eficaz de la infodemiología requiere inversiones para enfrentar la complejidad del manejo de grandes volúmenes y variedades de datos en las plataformas digitales, así como para desarrollar y adoptar herramientas tecnológicas adecuadas. Adicionalmente, es importante formar equipos interdisciplinarios dedicados a la obtención permanente y análisis de dichos datos.

Ante el escenario hiperconectado de la sociedad actual, estas inversiones son indispensables para fortalecer la capacidad de las instituciones para construir políticas públicas de salud basadas en evidencias en el contexto de la prevención y control del cáncer.

CONCLUSIÓN

En tiempos de capitalismo de vigilancia, grandes empresas de tecnología, a partir de sus algoritmos, buscan maximizar el compromiso de los usuarios, privilegiando la diseminación de contenidos sensacionalistas y emocionalmente cargados. Ese ambiente es propicio para la propagación de informaciones falsas, incluyendo las relacionadas a la prevención y control del cáncer.

La infodemia, bastante prevalente en ese contexto, dificulta la distinción entre informaciones verdaderas y falsas y expone a pacientes y cuidadores a terapias no comprobadas, induciendo a decisiones perjudiciales para la salud. Las instituciones de salud, tradicionalmente comprometidas en batallas contra las industrias basadas en el capitalismo de producción, como las químicas, tabacaleras, de pesticidas, bebidas alcohólicas y ultraprocesados, enfrentarán ahora un nuevo desafío con las grandes empresas de tecnología, que tienen un marcado conflicto de intereses al enfrentar a la desinformación.

Frente a la complejidad del capitalismo de vigilancia, es primordial la búsqueda de caminos con el propósito



de disminuir los impactos de la desinformación en salud, identificando patrones de diseminación de desinformación y fundamentando políticas públicas basadas en evidencias científicas. Como un campo emergente todavía en desarrollo, es necesario que se realicen más inversiones para que se pueda contribuir efectivamente para la prevención y el control del cáncer.

APORTES

Ambos autores contribuyeron substancialmente en la concepción y en el planeamiento del estudio; en la obtención, análisis e interpretación de los datos; en la redacción y revisión crítica; y aprobaron la versión final a publicarse.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

Nada a declarar.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

No hay.

REFERENCIAS

1. Kemp S. Digital 2024: global overview report. Datareportal [Internet]. 2024 jan 31. [acesso 2024 jul 10]. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
2. Zuboff S. A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca; 2020.
3. Eysenbach G. How to Fight an Infodemic: the four pillars of infodemic management. *J Med Internet Res.* 2020;22(6):e21820. doi: <https://doi.org/10.2196/21820>
4. Furlow B. Cancer misinformation puts patients in harm's way. *Lancet Oncol.* 2024;25(2):165-6. doi: [https://doi.org/10.1016/S1470-2045\(24\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S1470-2045(24)00011-1)
5. Matthews SC, Camacho A, Mills PJ, et al. The internet for medical information about cancer: help or hindrance? *Psychosomatics.* 2003;44(2):100-3. doi: <https://doi.org/10.1176/appi.psy.44.2.100>
6. Wang S, Su F, Ye L, et al. Disinformation: a bibliometric review. *Int J Environ Res Public Health.* 2022;19(24). doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph192416849>
7. Aïmèur E, Amri S, Brassard G. Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Soc Netw Anal Min.* 2023;13(1):30. doi: <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
8. Swire-Thompson B, Lazer D. Public Health and online misinformation: challenges and recommendations. *Annu Rev Public Health.* 2020;41(1):433-51. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040119-094127>
9. Santos-d'Amorim K, Miranda MFO. Informação incorreta, desinformação e má informação: Esclarecendo definições e exemplos em tempos de desinfodemia. *Encontros Bibli.* 2021;26:1-23. doi: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2021.e76900>
10. Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. *Science.* 2018;359(6380):1146-51. doi: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
11. Oliveira TMD. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. *Liinc Rev.* 2020;16(2):e5374. doi: <https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5374>
12. Ruiz CD. Disinformation on digital media platforms: a market-shaping approach. *New Media Soc.* 2023;14614448231207644. doi: <https://doi.org/10.1177/14614448231207644>
13. 4PCAN [Internet]. [Bucharest]: 4PCAN; 2023. Nastasiu C. Cancer infodemic: a growing concern to public health, 2024 fev 1. [acesso 2024 jul 10]. Disponível em: <https://4p-can.eu/cancer-infodemic-a-growing-concern-to-public-health/>
14. Swire-Thompson B, Johnson S. Cancer: a model topic for misinformation researchers. *Current Opinion in Psychology.* 2024;56:101775. doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101775>
15. Martins DGM, Cabral EHS. Panorama dos principais estudos sobre ciência cidadã. *ForScience.* 2021;9(2):e01030. doi: <https://forscience.ifmg.edu.br/index.php/forscience/article/view/1030>
16. Eysenbach G. Infodemiology and infoveillance: framework for an emerging set of public health informatics methods to analyze search, communication and publication behavior on the internet. *J Med Internet Res.* 2009;11(1):e11. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.1157>

Recebido em 23/7/2024

Aprovado em 15/8/2024

