

Aspectos relevantes de la infodemia desde una perspectiva transgeneracional: el caso peruano

Relevant aspects of the infodemic from a transgenerational perspective: the Peruvian case

Autores

Edith Soledad Olivera Carhuaz
Universidad Jaime Bausate y Meza. Perú
esoc_olicar@hotmail.com

Víctor Manuel Pulido Capurro
Universidad Privada San Juan Bautista. Perú
victor.pulido@upsjb.edu.pe

Jessica Elizabeth Acevedo Flores
Universidad Privada San Juan Bautista. Perú
jessica.acevedo@upsjb.edu.pe

Daniel Edgardo Yupanqui Lorenzo
Universidad César Vallejo. Perú
dyupanquil@ucvvirtual.edu.pe

Fecha de recibido: 2021-03-12
Fecha de aceptado para publicación: 2021-11-05
Fecha de publicación: 2021-12-31



Resumen

El objetivo del estudio fue analizar el acceso, acción y reacción de los jóvenes, adultos y adultos mayores como aspectos relevantes de la infodemia. Ante ello, se realizó un estudio cuantitativo, de tipo observacional, transversal-analítico. La muestra fue de 503 personas entre los 20 a 70 en Lima, Perú: jóvenes (28,0%), adultos (59,4%) y adultos mayores (12,5%); 44,0% hombres y 56,0% mujeres. El instrumento de evaluación fue una encuesta compuesta por 12 ítems mostrando evidencia de validez. Los resultados mostraron que los jóvenes y adultos hacen mayor uso de Facebook para informarse, mientras que los adultos mayores utilizan mensajería instantánea (WhatsApp) con el mismo propósito. Son los adultos mayores quienes mantienen



tendencia a compartir información sin contrastar la veracidad a diferencia que los jóvenes y adultos. Son los jóvenes quienes buscan fuentes de confianza como webs oficiales a diferencia de los adultos y adultos mayores. El efecto de la infodemia provoca afectaciones emocionales en mayor nivel en los adultos mayores. Se concluye que, la infodemia provoca un conjunto de fenómenos sociales que altera la salud pública, genera ansiedad, estrés y la depresión que desborda en conductas como la automedicación, búsqueda de medicina alternativa y creación de teorías conspirativas.

Palabras clave: infodemia, COVID 19, pandemia, transgeneracional, salud pública.

Abstract

The objective of the study was to analyze the access, action and reaction of young people, adults and older adults as relevant aspects of the infodemic. Given this, a quantitative, observational, cross-analytical study was carried out. The sample was of 503 people between the ages of 20 and 70 in Lima, Peru: young people (28.0%), adults (59.4%) and older adults (12.5%); 44.0% men and 56.0% women. The evaluation instrument was a survey composed of 12 items showing evidence of validity. The results showed that young people and adults make greater use of Facebook for information, while older adults use instant messaging (WhatsApp) for the same purpose. It is the older adults who maintain a tendency to share information without contrasting the veracity, unlike young people and adults. Young people are looking for trusted sources such as official websites, unlike adults and older adults. The effect of the infodemic causes emotional effects on a higher level in older adults. It is concluded that the infodemic causes a set of social phenomena that alters public health, generates anxiety, stress and depression that overflows in behaviors such as self-medication, search for alternative medicine and creation of conspiracy theories.

Keywords: infodemic, COVID 19, pandemic, transgenerational, public health.

Introducción

En las últimas décadas, han emergido brotes epidémicos cuyo costo en vidas humanas y las secuelas que dejaron en las personas que lograron salvarse, ha sido muy alto. Sorpresivamente, a finales de diciembre del 2019, se informó al mundo de la presencia de un nuevo virus en la



ciudad China de Wuhan (Ursúa et al., 2020; Wang et al., 2020), denominado por la comunidad científica SARS-CoV-2, perteneciente a la familia de los *Coronaviridae*, comúnmente conocido como COVID 19 (Briones y Peretó, 2020). Debido a la rapidez con la que se propaga de persona a persona, el índice de contagios ha aumentado en todos los continentes. Ante lo referido, la Organización Mundial de la Salud declaró pandemia mundial el 11 de marzo del 2020 (OMS, 2020), alertando la necesidad de tomar medidas de emergencia, en un esfuerzo desesperado por frenar el avance de esta enfermedad.

Es así como el gobierno peruano decretó estado de emergencia y aislamiento social obligatorio el 15 de marzo del 2020, con la finalidad de reducir las posibilidades de contagio (Decreto supremo N° 044-2020-PCM, 2020), hecho que trajo consigo la necesidad de mantenerse informados a través de los diferentes medios de comunicación, sobre la evolución y comportamiento del virus, así como las medidas preventivas para proteger la vida y la salud. En este contexto, la conectividad permitió acceder a noticias, audios, mensajes y alcances a través de las diversas plataformas, lo que hizo posible difundirlos de manera inmediata (Aleizandre-Benavent et al., 2020). Según el Ministerio de Salud (MINSA, s.f.) las búsquedas más frecuentes estuvieron referidas al origen, el tratamiento, la enfermedad en sí y los mecanismos de propagación; sin embargo, muy poca información fue contrastada. Mientras que Google Trends reporta que el término de mayor tendencia fue Coronavirus, COVID 19 y pandemia (Lucas et al., 2020).

Por esta razón, la OMS expresó su preocupación ante la oleada de información falsa y engañosa sobre el COVID-19, afirmando que el mundo enfrenta otra pandemia, la infodemia (OMS, 2020). La propagación de la desinformación, preconcebida como información falsa, es exponencial (Bakir y McStay, 2018; Catalán-Matamoros, 2020; Salaverría et al., 2020), de modo que viene repercutiendo en el accionar de la población, al punto que ha afectado su salud mental y tranquilidad. Nogués (2018) mencionó que existen dos maneras de difundir la desinformación. La primera es intencional, cuyo objetivo es generar incertidumbre en las personas; y la segunda forma es involuntaria, que implica nuestras creencias íntimas.

Como medida de prevención y mitigación de este flagelo, la OMS se reunió con los representantes de Facebook, Tiktok, Google, Twitter, Amazon, entre otras, con la finalidad de difundir información precisa sobre el COVID-19 (OMS, 2020). Por consiguiente, estas redes



sociales han tomado medidas para la promoción de contenido verificado sobre el virus en sus secciones de noticias, tratando de esta forma de reducir la visibilidad de la desinformación (Acosta-Quiroz y Iglesias-Osores, 2020; Sánchez y Fernández, 2020). Por otra parte, la International Federation of Libraries Association (2020) recomendó que es conveniente comprobar la información antes de compartirla en cualquier medio, precisando acciones puntuales.

En concordancia con lo mencionado, el objetivo principal del estudio es analizar el acceso, acción y reacción de los jóvenes, adultos y adultos mayores, como aspectos relevantes de la infodemia desde una perspectiva transgeneracional y la relación entre las variables estudiadas.

Metodología

Se realizó un estudio cuantitativo, de tipo observacional, transversal-analítico (Villa et al., 2012). La muestra objetivo fueron personas entre los 20 a 70 de Lima, Perú. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia. Se logró evaluar un total de 503 personas entre jóvenes (28,0%), adultos (59,4%) y adultos mayores (12,5%); el 44,0% fueron hombres y 56,0% mujeres.

Instrumento

El instrumento de evaluación fue una encuesta desarrollada por los autores, que estuvo compuesto por 12 ítems, de los cuales una pregunta es de selección múltiple, y los 11 restantes con respuestas de tipo Likert. La métrica se obtuvo mediante la aplicación a un grupo piloto de 100 personas. El AFE se desarrolló con los 11 ítems cuantificables. Para obtener la evidencia de validez por constructo se realizó el Análisis Factorial Exploratorio, donde KMO (,735) muestra ser estadísticamente significativo para proceder con el análisis de varianza. La reducción de factores mostró que la varianza total explicada es del 60%. De ese modo, la extracción de factores involucró ordenar los ítems para la aplicación, siendo factor 1: Acción (1, 2, 3, 4, 5); factor 2: Acceso (6, 7, 8, 9, 10); y, factor 3: Reacción (11, 12). El ítem 2 es de selección múltiple. Se calculó la confiabilidad de las respuestas, lo cual determinó que tiene un coeficiente alfa de Cronbach de 0,736 del instrumento; para Acceso (0,682), Acción (0,633) y Reacción (0,920).

Procedimiento y análisis

La encuesta se digitalizó dentro de Google Formulario, para luego ser distribuida a la muestra seleccionada mediante las redes sociales, lo que permitió respetar el aislamiento social y cuarentena nacional. Los datos obtenidos fueron llevados a la hoja de cálculo de Excel 2019. De



ese modo, se pudo certificar la calidad de los datos y se prosiguió con el análisis estadístico. Para ello, se realizó un primer proceso de cálculo de estadísticos descriptivos, y se procedió con el análisis relacional para complementar la información descriptiva. Para el análisis inferencial se hizo uso de estadístico r de Pearson, y se analizó las relaciones siguiendo un intervalo de confianza de 95% (p-valor: 0,05). Por otro lado, se utilizó el software SPSS versión 25 para todo el análisis.

Resultados

Los primeros resultados que se presentan son de carácter descriptivo con relación a la muestra y a las características de infodemia segmentado en los tres aspectos: acceso, acción y reacción, de los cuales se realizó un análisis inferencial de correlación para evaluar las tendencias de las tres muestras estudiadas (jóvenes, adultos y adultos mayores).

En la tabla 1, la muestra se segmentó en jóvenes, adultos y adultos mayores. Los jóvenes evaluados fueron 141 personas entre hombres (58; 41,1%) y mujeres (83; 58,9%); los adultos 299 entre hombres (117; 39,1%) y mujeres (182; 60,9%); y, los adultos mayores 63 personas hombres (48; 76,2%) y mujeres (15; 23,8%).

Tabla 1. *Análisis de la muestra y medios de información sobre Covid-19*

	Jóvenes		Adultos		Adultos mayores	
	n	%	n	%	n	%
<i>Sexo</i>						
Hombres	58	41,1%	117	39,1%	48	76,2%
Mujeres	83	58,9%	182	60,9%	15	23,8%
Total	141	28,0%	299	59,4%	63	12,5%
<i>Medio de información sobre Covid-19 que utiliza</i>						
Televisión	106	75,2%	262	87,6%	50	79,4%
Facebook	97	68,8%	164	54,8%	25	39,7%
Radio	32	22,7%	55	18,4%	20	31,7%
WhatsApp	25	17,7%	102	34,1%	33	52,4%
Twitter	22	15,6%	28	9,4%	4	6,3%
Otros	49	34,8%	81	27,1%	17	27,0%

Respecto a los medios de información que la muestra utiliza para informarse sobre la pandemia Covid-19, tanto jóvenes, adultos y adultos mayores utilizan en mayor porcentaje la televisión como un medio de información sobre la pandemia. Sin embargo, al evaluar otros



medios se determinó que los jóvenes son quienes más utilizan el Facebook (68,8%) como medio de información, seguido de otros (34,8%), Radio (22,7%), WhatsApp (17,7%) y Twitter (15,6%). En relación con los adultos, después de la televisión, los medios que utilizan para informarse sobre la pandemia son Facebook (54,8%), WhatsApp (34,1%), otros (27,1%), Radio (18,4%) y Twitter (9,4%). Por último, los adultos mayores utilizan, con más frecuencia WhatsApp (52,4%), seguido de Facebook (39,7%), Radio (31,7%), otros (27,0%) y Twitter (6,3%). En consecuencia, se evidencia que los canales sociales son de uso más frecuente.

En la tabla 2, se analiza el nivel de acceso, acción y reacción de los jóvenes, adultos y adultos mayores, a modo de determinar aspectos relevantes en relación con la infodemia desde una perspectiva transgeneracional.

Tabla 2. Nivel de Acceso, Acción y Reacción de la muestra en relación con la Infodemia

	Jóvenes		Adultos		Adultos mayores		Total	
	n	%	n	%	n	%	N	%
<i>ACCESO</i>								
Bajo	65	46,1%	135	45,2%	28	44,40%	228	45,3%
Moderado	54	38,3%	93	31,1%	10	15,9%	157	31,2%
Alto	22	15,6%	71	23,7%	25	39,7%	118	23,5%
<i>ACCIÓN</i>								
Bajo	50	35,5%	120	40,1%	32	50,8%	202	40,2%
Moderado	65	46,1%	104	34,8%	18	28,6%	187	37,2%
Alto	26	18,4%	75	25,1%	13	20,6%	114	22,7%
<i>REACCIÓN</i>								
Bajo	52	36,9%	113	37,8%	18	28,6%	183	36,4%
Moderado	49	34,8%	77	25,8%	14	22,2%	140	27,8%
Alto	40	28,4%	109	36,5%	31	49,2%	180	35,8%

En el acceso, lo cual involucra indicadores de frecuencia, cantidad y búsqueda de información, se determinó que poseen un nivel bajo de 46,1% de jóvenes, 45,2% de adultos y el 44,4% de adultos mayores. Sin embargo, los jóvenes mantienen un 38,3% de nivel moderado y 15,6% de nivel alto, siendo un total de 53,9% los jóvenes que marcan una tendencia de acceso y búsqueda de información. En los adultos, se muestra que el nivel moderado (31,1%) y nivel alto (23,7%) suman 54,8%, lo que demuestra que más de la mitad también buscan acceder a información. Por otro lado, los adultos mayores, en los niveles moderado (15,9%) y alto (39,7%) los cuales suman 55,6%, se muestran con disposición de informarse mucho más de la pandemia.

En lo concerniente a la acción, involucra un conjunto de comportamientos variados frente a la información relacionada a la pandemia del Covid-19. En los jóvenes se registró que el nivel



predominante es el moderado (46,1%), seguido del nivel bajo (35,5%) y alto (18,4%). En los adultos el nivel bajo presenta un alto porcentaje (40,1%), seguido del nivel moderado (34,8%) y alto (25,1%). Así mismo, los adultos mayores muestran predominancia del nivel bajo (50,8%), moderado (28,6%) y alto (20,6%).

La reacción se compone de un nivel de afectación emocional en relación con las noticias que se reciben. En el joven, el nivel bajo (36,9%) es el que predomina, seguido del moderado (34,8%) y alto (28,4%). En los adultos se evidencia una predominancia del nivel bajo (37,8%), luego el nivel alto (36,5%) y el moderado (25,5%). Para el adulto mayor, se determinó que el nivel alto (49,2%) predomina, seguido del bajo (28,6%) y el moderado (22,2%).

En la tabla 3, se hallan los resultados sobre indicadores de acceso (cantidad de información), acción (difusión y reenvío de información a familiares) y reacción (afectación por publicaciones) relacionadas a Facebook en las diferentes etapas de vida.

Tabla 3. *Relación de indicadores de Acceso, Acción y Reacción basados en Facebook*

	Cantidad de información	Difusión	Reenvío de información a familiares	Afectación por publicaciones
Jóvenes	Cantidad de información	1		
	Difusión	0,416**	1	
	Reenvío de información a familiares	0,351**	0,589**	1
	Afectación por publicaciones	0,326**	0,356**	0,348**
Adultos	Cantidad de información	1		
	Difusión	0,331**	1	
	Reenvío de información a familiares	0,366**	0,584**	1
	Afectación por publicaciones	0,326**	0,359**	0,426**
Adultos mayores	Cantidad de información	1		
	Difusión	0,586**	1	
	Reenvío de información a familiares	0,579**	0,771**	1
	Afectación por publicaciones	0,317	0,500**	0,511**

* p<,05; **p<,01

Con respecto a los jóvenes, se evidencia que la difusión de información se relaciona con la cantidad que recibe por Facebook ($r=0,416$), la cual se ve reflejada en la cantidad de reenvío a



familiares ($r=0,351$) y la afectación por publicaciones ($r=0,326$). De tal manera que la información que reciben puede involucrar el factor emocional; sin embargo, esta influencia puede motivarlo a proceder en la divulgación a conocidos y familiares con intenciones de prevenir o informar sobre la pandemia. Esto puede ser confirmado con la relación entre el reenvío de información a familiares y la afectación por publicaciones ($r=0,348$). Los índices de correlación en el adulto no se ven diferenciados significativamente con los jóvenes, lo que impulsa a generar las mismas interpretaciones; no obstante, en el adulto la información que se comparte a familiares mantiene una mayor relación con la afectación por publicaciones ($r=0,426$), mostrando que cuando el adulto comparte con su familia, es porque la noticia influye en mayor proporción al adulto que al joven.

En relación con el adulto mayor, se muestra una relación significativa de la cantidad de información que recibe y/o accede con la difusión ($r=0,586$) y el reenvío de información a familiares ($r=0,579$). Lo que viene a demostrar que la mayor cantidad de información que el adulto recibe sobre la pandemia puede influenciar en la acción de compartir en las redes sociales y a los familiares. De este modo, se confirma el cuestionamiento en la tabla 2 en los niveles de acción, sobre si el adulto mayor contrastaba o compartía información. Por otro lado, la cantidad de información que se recibe no se relaciona con la afectación, lo cual indica que no necesariamente toda información que el adulto mayor pueda recibir a través de Facebook le afecta emocionalmente. Por el contrario, la afectación por publicaciones está directamente relacionada con la difusión ($r=0,500$) y el reenvío de información a familiares ($r=0,511$). En otras palabras, todo aquel contenido que le genere apertura emocional y preocupación es el que suelen compartir.

En la tabla 4, los resultados sobre indicadores de acción y reacción relacionadas a WhatsApp en las diferentes etapas de vida muestran en los jóvenes un fenómeno particular que ocurría con los adultos en Facebook. Los jóvenes presentan una tendencia a la cantidad que reciben, la difusión y el reenvío de información, aunque los coeficientes son débiles. Sin embargo, no necesariamente lo que reciben les afecta; pero si una noticia que perciben emotiva suelen compartirla con amigos y familiares.

Tabla 4. *Relación de indicadores de Acceso, Acción y Reacción basados en WhatsApp*



		Cantidad de información	Difusión	Reenvío de información a familiares	Afectación por noticias
Jóvenes	Cantidad de información	1			
	Difusión	0,336**	1		
	Reenvío de información a familiares	0,349**	0,702**	1	
	Afectación por noticias	0,192	0,310*	,389**	1
Adultos	Cantidad de información	1			
	Difusión	0,226*	1		
	Reenvío de información a familiares	0,280**	0,482**	1	
	Afectación por noticias	0,251**	0,191	,359**	1
Adultos mayores	Cantidad de información	1			
	Difusión	0,410*	1		
	Reenvío de información a familiares	0,380*	0,586**	1	
	Afectación por noticias	0,378*	0,408*	0,405*	1

* p<,05; **p<,01

En el caso de los adultos presentan coeficientes débiles en el análisis correlacional. Sin embargo, las noticias que reciben por WhatsApp se relacionan con la afectación ($r=0,251$), y esta a su vez con el reenvío a familiares ($r=0,359$), lo cual determina el grado de preocupación que puede generar una noticia y que no necesariamente lo comparte para todo público, sino que el impacto emocional de una noticia se relaciona con el envío a un círculo familiar cerrado. De esta manera, muestran restricción informativa y poco interés de difusión por este medio.

Por último, los adultos mayores muestran que la cantidad de información que reciben por WhatsApp se relaciona con la difusión ($r=0,410$), reenvío de información a familiares ($r=0,380$) y afectación por noticias ($r=0,378$). Como se expresó en la tabla 1, los adultos mayores son quienes más hacen uso de esta aplicación, y el análisis correlacional muestra que la cantidad de información que reciben tiene altas probabilidades de ser compartida en sus estados, o como un mensaje de difusión, tanto a familiares como a contactos. De tal modo que, gran parte de la información a la que acceden tiene efectos en su estado emocional, generando preocupación. Esta afectación por noticias se relaciona con la difusión ($r=0,408$) y reenvío de información a familiares ($r=0,405$), lo cual indica que los adultos mayores tienen mayor sensibilidad a las



noticias e información, lo que promueve en ellos una actitud proclive a la difusión a familiares y conocidos.

En la tabla 5, se muestran los resultados de contraste de información (Acción) con la frecuencia de informarse y acceso a información por web oficial (Acceso). Este aspecto no será evaluado debido a que la relación entre estos últimos puede ser de carácter espurio y no se pueda extraer información relevante.

Tabla 5. *Relación de contraste de información con frecuencia de información y acceso a web oficial*

	Contraste de información	Frecuencia de informarse	Acceso a información por web oficial
Contraste de información	1		
Jóvenes Frecuencia de informarse	0,554**	1	
Acceso a información por web oficial	0,462**	0,622**	1
Contraste de información	1		
Adultos Frecuencia de informarse	0,650**	1	
Acceso a información por web oficial	0,372**	0,484**	1
Contraste de información	1		
Adulto mayor Frecuencia de informarse	0,606**	1	
Acceso a información por web oficial	0,346	0,518**	1

* p<,05; **p<,01

En los jóvenes, el contraste de información se relaciona con la frecuencia de informarse ($r=0,554$) y con el acceso a información por web oficial ($r=0,462$). En tal sentido, el joven suele contrastar gran parte de la información que recibe por los medios digitales, y utiliza web oficiales o fuentes de alta credibilidad cuando recibe un contenido, noticia o información relacionado a la pandemia por el Covid-19.

Por otro lado, el adulto mantiene una relación del contraste de información con la frecuencia de informarse ($r=0,650$) y el acceso a información por web oficial ($r=0,372$) lo que indica que el adulto al recibir información suele contrastar a un mayor nivel; sin embargo, utiliza fuentes confiables como web oficial en una menor proporción que el joven. Todo ello, puede verse influenciado por el manejo tecnológico superior del joven con respecto al adulto.



Adicionalmente, para con el adulto mayor, se ha observado la relación del contraste de información con la frecuencia de informarse ($r=0,606$), aunque no se encontró relación con el acceso a información por web oficial. En ese sentido, el adulto mayor cuando recibe una información y/o contenido busca contrastarlo; sin embargo, no hace uso de fuentes confiables para verificar su veracidad. De este modo, el adulto mayor comparte con mayor frecuencia noticias falsas.

Discusión

El estudio permitió generar aporte social en un marco de diferenciación transgeneracional sobre aspectos relevantes de la infodemia. Eysenbach (2002) fue uno de los primeros en hablar sobre este fenómeno, el cual, a raíz de la pandemia por Covid-19, provocó que los medios de comunicación se congestionaran de información. En un contexto rápidamente cambiante por el distanciamiento social y cuarentena nacional, fueron los medios sociales como Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram los que se convirtieron en fuentes principales (Bin Naeem y Bhatti, 2020). En consecuencia, la información falsa se propaga en mayor volumen a través de estas redes (Hua y Shaw, 2020).

Los resultados del estudio mostraron que en su mayoría el uso de la televisión es el medio por el cual las personas se informan sobre la pandemia y el estado de emergencia nacional. Sin embargo, los jóvenes y adultos tienden a preferir Facebook. Lo que concuerda con otro estudio que concluyeron que el 95,5% de jóvenes y adultos utilizan Facebook para obtener información sobre Covid-19 (Ramazan y Rasool, 2020). A diferencia de los adultos mayores quienes mantienen el uso de WhatsApp como un medio de información y divulgación. De igual manera, se demostró que el 66,7% de adultos mayores prefieren utilizar este medio para informarse (Ramazan y Rasool, 2020).

Los niveles de acceso a la información fueron equitativos entre los tres grupos, lo que muestra que existe interés por informarse sobre la pandemia en un nivel moderado y alto. Un estudio empírico determinó que la información que se busca con mayor frecuencia es sobre salud (67,2%), religión (16,8%) y política (7,2%) vinculados al Covid-19 (Al-Zaman, 2020). Por otro lado, referente a la acción se comprobó que tanto jóvenes, adultos y adultos mayores marcan una



tendencia conductual de compartir información y de contrastarlo. Sin embargo, ante la reacción los adultos mayores son quienes, mayor impacto emocional, les causa la saturación de noticias. Estos resultados difieren de lo establecido en un estudio donde concluyen que los adultos y jóvenes, y quienes cuentan con estudios superiores, generan mayor ansiedad y depresión a raíz de la información que obtienen (Gao et al., 2020).

En Facebook, los jóvenes muestran interés por buscar información, y la cantidad de información recibida suele ser difundida con los amigos, comunidad virtual y familia. El nivel de afectación emocional en relación con la cantidad de información es relevante. Lo que concuerda con quienes determinaron que los jóvenes se encuentran asociados a pensamientos suicidas y desregulación del sueño en relación con las noticias sobre Covid-19 en Facebook (Li et al., 2020); por lo cual el nivel de afección emocional genera trastornos (Huarcaya-Victoria, 2020; Ursúa et al., 2020). Como sustento a estas alteraciones, la infodemia puede generar confusión y provocar miedo irracional, pánico y desestabilización en la persona (Espada et al., 2020; Zarocostas, 2020) lo que promueve una desregularización emocional tanto en jóvenes, adultos y adultos mayores. Por otro lado, los adultos muestran correlaciones débiles en relación con Facebook. A diferencia del adulto mayor, quien al recibir una información de Facebook mantiene altas probabilidades de difundirla a la comunidad en la red social y la familia; sin embargo, el nivel de afectación que ejerce la cantidad de información no es relevante para generar emociones negativas; no obstante, la información que comparte suele ser la que genera sensibilidad emocional. De la misma manera, la información a través de esta red social, al adulto mayor le afecta en menor grado que a los jóvenes y adultos (Gao et al., 2020).

En esta red social se ha percibido que la preocupación por el Covid-19, el cambio en la interacción social y la interferencia en la vida académica se relacionan con los trastornos de sueño. Además, la percepción de un soporte social, soporte específico para el Covid-19 y la salud física percibida mantiene altas relaciones con los trastornos del sueño y hasta pensamientos suicidas para las personas (Li et al., 2020).

Por otra parte, el joven y el adulto hacen menor uso de WhatsApp para informarse y divulgar la información (Ramazan y Rasool, 2020), lo que concuerda con este estudio. Al contrario, el adulto mayor es quien hace mayor uso de este medio; por lo tanto, se encontró que la cantidad de información que recibe suele ser la información que difunde y a la vez la que genera apertura emocional. Ramazan y Rasool (2020) determinaron que, a un gran porcentaje de personas que



suele ver noticias, le impacta a nivel psicológico provocando un desborde emocional y físico; es decir, la ansiedad y el estrés pueden llegar a provocar somatización como consecuencia de un alto desequilibrio emocional. En contraste, un estudio mostró lo contrario, siendo los adultos mayores quienes mantienen niveles bajos de ansiedad y depresión frente a la información que reciben (Gao et al., 2020).

Para la verificación de fuentes, es el joven quien contrasta con mayor frecuencia la información haciendo uso de webs oficiales; el adulto al contrastar información consulta páginas oficiales en menor proporción que los jóvenes. En cambio, el adulto mayor contrasta la información que recibe; sin embargo, no suele hacerlo con webs oficiales y fuentes confiables. Por lo que existe mayor tendencia de compartir información no verídica, así como a creer en teorías conspirativas, el involucramiento de gobiernos, que el virus es consecuencia de las señales 5G (Swami y Barron, 2020), el uso de desinfectantes como parte del tratamiento del virus (Rovetta y Srikanth, 2020). Debido a estos factores el índice de búsqueda de las personas tuvo altos picos en los países donde el brote del virus era de mayor proporción.

Por otro lado, la OMS actualiza constantemente su página web, para que la búsqueda no se de en webs no oficiales, y de esa forma poder contrarrestar el fenómeno de la infodemia (Alvarez-Risco et al., 2020). Sin embargo, se hace frente a los algoritmos de las redes sociales, los cuales se enfocan en la preferencia del usuario (Chan et al., 2020) y brindan información que no ha sido filtrada. Otro problema es la poca difusión de información oficial de los ministerios de salud para neutralizar la desinformación (Rovetta y Srikanth, 2020). A raíz de la infodemia, las personas tienden a buscar soluciones personales en relación con la seguridad personal (Caputi et al., 2020), a manifestar conductas de desinterés y despreocupación (Mavagani, 2020) y generar problemas emocionales (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2020). Si bien, la información confiable y dudosa no muestran diferencias significativas en relación con su difusión (Cinelli et al., 2020), lo que se busca promover es un pensamiento analítico y crítico de la información que se difunde dentro de toda red social (Estrada-Cuzcano et al., 2020). La infodemia como factor social, genera problemas de salud pública (médico, psicológico y social) que pueden alterar la percepción sobre la realidad (Bin Naeem y Bhatti, 2020).



Conclusiones

La infodemia provoca un conjunto de fenómenos sociales que altera la salud pública. La sobre carga de información y desinformación genera conductas como la automedicación, búsqueda de medicina alternativa, creer en teorías conspirativas y afecciones mentales como la ansiedad, estrés, depresión, inestabilidad emocional y en casos más extremos la muerte.

Queda pendiente seguir investigando más sobre infodemia en nuestro contexto, desde otro enfoque de investigación a fin de proponer alternativas para combatir esta nueva pandemia del mundo globalizado.

Referencias bibliográficas

- Acosta-Quiroz, J. y Iglesias-Osores, S. (2020). COVID-19: Desinformación en redes sociales. *Revista del Cuerpo Médico del HNAAA*, 13(2), 217-218.
<https://doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.132.678>
- Aleizandre-Benavent, R., Castelló-Cogollos, L. y Valderrama-Zurián, J. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *Profesional de la información*, 29(4), 1-17.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>
- Alvarez-Risco, A., Mejia, C., Delgado-Zegarra, J., Del-Aguila-Arcenales, S., Arce-Esquivel, A., Valladares-Garrido, M., Rosas del Portal, M., Villegas, L., Curioso, W., Sekar, M. y Yáñez, J. (2020). The Peru Approach against the COVID-19 infodemic: Insights and Strategies. *Am. J. Trop. Med. Hyg*, 00(0), 1-4. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0536>
- Al-Zaman, S. (2020). *COVID-19-Related Fake News in Social Media. Department of Journalism and Media Studies*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3644107>
- Bakir, V. y McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. *Digital journalism*, 6(2), 154-175.
- Bin Naeem, S. y Bhatti, R. (2020). The Covid-19 “infodemic”: a new front for information professionals. *Health Information and Libraries Journal*, 1-7.
<https://doi.org/10.1111/hir.12311>



- Briones, C. y Peretó, J. (2020). *El origen del coronavirus SARS-CoV-2, a la luz de la evolución*. Recuperado el 02 de abril del 2020, de: <https://theconversation.com/el-origen-del-coronavirus-sars-cov-2-a-la-luz-de-la-evolucion-136897>
- Caputi, T., Ayers, J., Dredze, M., Suplina, N. y Burd-Sharp, S. (2020). Collateral Crises of Gun Preparation and the COVID-19 Pandemic: Infodemiology Study. *JMIR Public Health Surveil*, 6(2), 1-8. <https://publichealth.jmir.org/2020/2/e19369/>
- Catalán-Matamoros D. (2020). La comunicación sobre la pandemia del Covid-19 en la era digital: manipulación informativa, fake news y redes sociales. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 1, 5-8. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5531>
- Chan, A., Nickson, C., Rudolph, J., Lee, A. y Joynt, G. (2020). Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic. *Anaesthesia*. <https://doi.org/10.1111/anae.15057>
- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C.M., Brugnoli, E., Schmidt, A., Zola, P., Zollo, F. y Scala, A. (2020). The covid-19 social media infodemic. *arXiv preprint*. <https://arxiv.org/pdf/2003.05004.pdf?fbclid=IwAR08xVUpifbp5QKhWP3FPqu7J6oAswtPoLJiG6pIgumFfQfnVRmI5Z8Sho>
- Decreto supremo N° 044-2020-PCM. (2020, marzo, 15). *Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19*. Recuperado el 02 de abril del 2020, de: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-declara-estado-de-emergencia-nacional-po-decreto-supremo-n-044-2020-pcm-1864948-2/>. Consultado el 04/08/2020.
- Espada, J., Orgilés, M., Piqueras, J. y Morales A. (2020). Las buenas prácticas en la atención psicológica Infanto-juvenil ante el Covid-19. *Clinica y Salud*, 31(2). <https://doi.org/10.5093/clysa2020a14>
- Estrada-Cuzcano, A., Alfaro-Mendives, K. y Saavedra-Vásquez, V. (2020). Disinformation y misinformation, posverdad y fake news: Precisiones conceptuales, diferencias similitudes y yuxtaposiciones. *Información, cultura y sociedad*, 42, 93-106. <https://doi.org/10.34096/ics.i42.7427>



- Eysenbach, G. (2002). Infodemiology: The Epidemiology of (Mis)information. *The American Journal of Medicine*, 113(9), 763-5. [https://doi.org/10.1016/S0002-9343\(02\)01473-0](https://doi.org/10.1016/S0002-9343(02)01473-0)
- Gao, J., Zheng, P., Jia, Y., Chen, H., Mao, Y., Chen, S., Wang, Y., Fu, H. y Dai, J. (2020). Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *PLoS ONE*, 15(4), 1-10. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231924>
- Hua, J. y Shaw, E. (2020). Corona Virus (COVID-19) “Infodemic” and Emerging Issues through a Data Lens: The Case of China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 1-12. <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph17072309>
- Huarcaya-Victoria, J. (2020). Consideraciones sobre la salud mental en la pandemia de Covid-19. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 37(2), 327-34. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.372.5419>
- International Federation of Libraries Association. (2020, abril, 10). *How to spot fake news*. Recuperado el 30 de abril del 2020 <https://www.ifla.org/publications/node/11174>. Consultado el 08/06/2020
- Li, D., Ko, N., Chen, Y., Wang, P., Chang, Y., Yen, C. y Lu, W. (2020). COVID-19-Related Factors Associated with Sleep Disturbance and Suicidal Thoughts among the Taiwanese Public: A Facebook Survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(4479), 1-12. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124479>
- Lucas, B., Elliot, B. y Landman, T. (2020). Online Information Search During Covid-19. *Computer Science*. <https://arxiv.org/pdf/2004.07183.pdf>
- Mavagani, A. (2020). Tracking COVID-19 in Europe: Infodemiology Approach. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(2). <https://doi.org/10.2196/18941>
- Ministerio de Salud del Perú-Telesalud. (s.f.). *Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción en tiempos de Covid-19*. Recuperado el 15 de junio del 2020, de: <https://www.youtube.com/watch?v=pSNHDZ3MtT0>
- Nogués G. (2018). *Pensar con Otros: una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. El Gato y la Caja.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Covid-19: cronología de la actuación de la OMS*. Recuperado el 02 de abril del 2020, de: <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>



- Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2020). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la Covid-19*. Recuperado el 05 de abril del 2020, de: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?sequence=14&isAllowed=y
- Ramazan, A. y Rasool, H. (2020). The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), 1-11. <https://www.jmir.org/2020/5/e19556/>
- Rovetta, A. y Srikanth, A. (2020). Global infodemiology of COVID-19: Focus on Google web searches and Instagram hashtags. *MedRxiv*. <https://doi.org/10.1101/2020.05.21.20108910>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I. y Erviti, M. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El Profesional de la Información*, 29(3), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sánchez, I. y Fernández, M. (2020). Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de Covid-19. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 10(2). <http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/882/889>
- Swami, V. y Barron, D. (2020). Analytic Thinking, Rejection of Coronavirus (COVID-19) Conspiracy Theories, and Compliance with Mandated Social-Distancing: Direct and Indirect Relationships in a Nationally Representative Sample of Adults in the United Kingdom. <https://doi.org/10.31219/osf.io/nmx9w>
- Ursúa, A., Vera-Villarreal, P., Caqueo-Urizar, A. y Polanco-Carrasco, R. (2020). La psicología en la prevención y manejo del Covid-19: Aportes desde la evidencia inicial. *Terapia Psicológica*, 38(1), 103-118. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082020000100103>
- Villa, A., Moreno, L. y García, A. (2012). *Epidemiología y estadística en salud pública* (1ra ed.). McGraw-Hill.
- Wang, C., Horby, P.W., Hayden, F.G. y Gao, G.F. (2020). A novel coronavirus outbreak of global health concern. *Lancet*, 395(10223), 470-473.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet Regional Health*, 395. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)