

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



**NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE EL
FENÓMENO DE LA INFODEMIA EN LOS
ESTUDIANTES DE LOS ÚLTIMOS CICLOS
DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
DE LIMA Y LA UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS, LIMA-2023.**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

Julio Gabriel Chavez Chavez

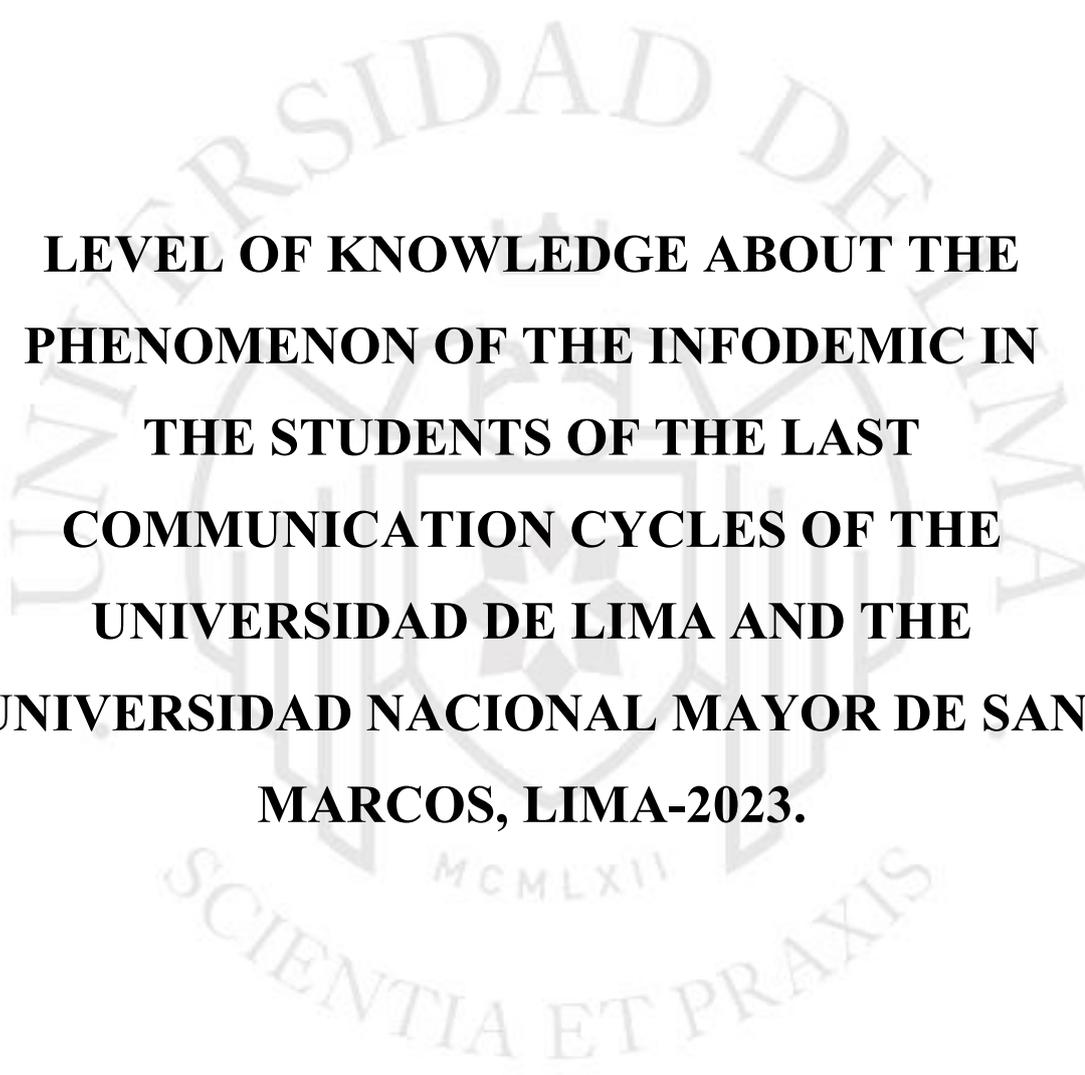
Código 20122632

Asesor

Estela Aurora Roeder Carbo

Lima – Perú
Marzo del 2023





**LEVEL OF KNOWLEDGE ABOUT THE
PHENOMENON OF THE INFODEMIC IN
THE STUDENTS OF THE LAST
COMMUNICATION CYCLES OF THE
UNIVERSIDAD DE LIMA AND THE
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN
MARCOS, LIMA-2023.**

DEDICATORIA

A Dios Padre, el centro de mi universo, la luz que me guía en medio de la oscuridad y quien me cuida, ama y protege en cada momento de mi vida hasta el día de hoy.

A mi mamá, Sonia, quien siempre creyó en mí con su amor incondicional, apoyándome en cada etapa de mi vida y quien ahora desde el cielo me da las fuerzas para poder luchar y alcanzar las metas que me proponga; todo es posible con la gracia de Dios.

A mi papá, Julio, quien es mi ejemplo de perseverancia y superación pese a todas las complicaciones que uno pueda experimentar en la vida, gracias por creer en mí pese a las adversidades que surgieron en el camino y por ayudarme a alcanzar mis sueños.

A mis hermanos Fernando, Jimena, Nicolás y José, por su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso. A mi abuelo Máximo, Pocholo, quien es como un segundo padre para mí, por todas sus enseñanzas, anécdotas y ocurrencias.

A Sebastián y Jorge, a quienes conozco desde el colegio; a Dora, Ana y Nicole, a quienes conocí durante mi etapa universitaria, y, en especial, a Carolina Mayo, una persona maravillosa a quien tuve la fortuna de conocer desde mis días de catequista.

De corazón, a cada uno de ustedes, muchísimas gracias por todo.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios Padre, quien con su gracia me bendice a mí y a mi familia; por estar siempre presente en cada experiencia que he tenido a lo largo de mi vida.

Mi profundo agradecimiento a la Universidad de Lima, por darme la oportunidad de estudiar en sus aulas y haberme permitido formarme como profesional; a la Facultad de Comunicación y sus profesores, quienes me guiaron durante estos años.

Mi más sincero agradecimiento a la Dra. Takahashi, una persona muy especial a la que admiro por sus acciones, inteligencia y dedicación, por su asesoría y apoyo en el presente trabajo de investigación y durante los momentos más complicados de mi vida universitaria.

Finalmente, agradezco a la Lic. Estela Roeder Carbo, quien mediante sus conocimientos contribuyó en el desarrollo de este proyecto de investigación.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ESTADO DEL ARTE	
17	
1.1 1717	
1.2 1919	
1.3 2020	
1.4 2121	
1.5 2121	
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL	23
2.1 Antecedentes nacionales	23
2.2 Antecedentes internacionales	24
2.3 Bases teóricas	25
2.4 Infodemia	26
2.5 Manejo de la información	28
2.6 Nivel de conocimiento	30
2.8 Comunicación de riesgos	30
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	32
3.1 Método de la investigación	32
3.2 Enfoque investigativo	32
3.3 Tipo de investigación	32
3.4 Diseño de la investigación	32
3.5 Población, muestra y muestreo	33
3.6 Limitaciones de la metodología	37
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	38
4.1 Resultados	38
DISCUSIÓN	68
Limitaciones y reflexiones	73
Análisis de la investigación	74
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES	80

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

81

ANEXO

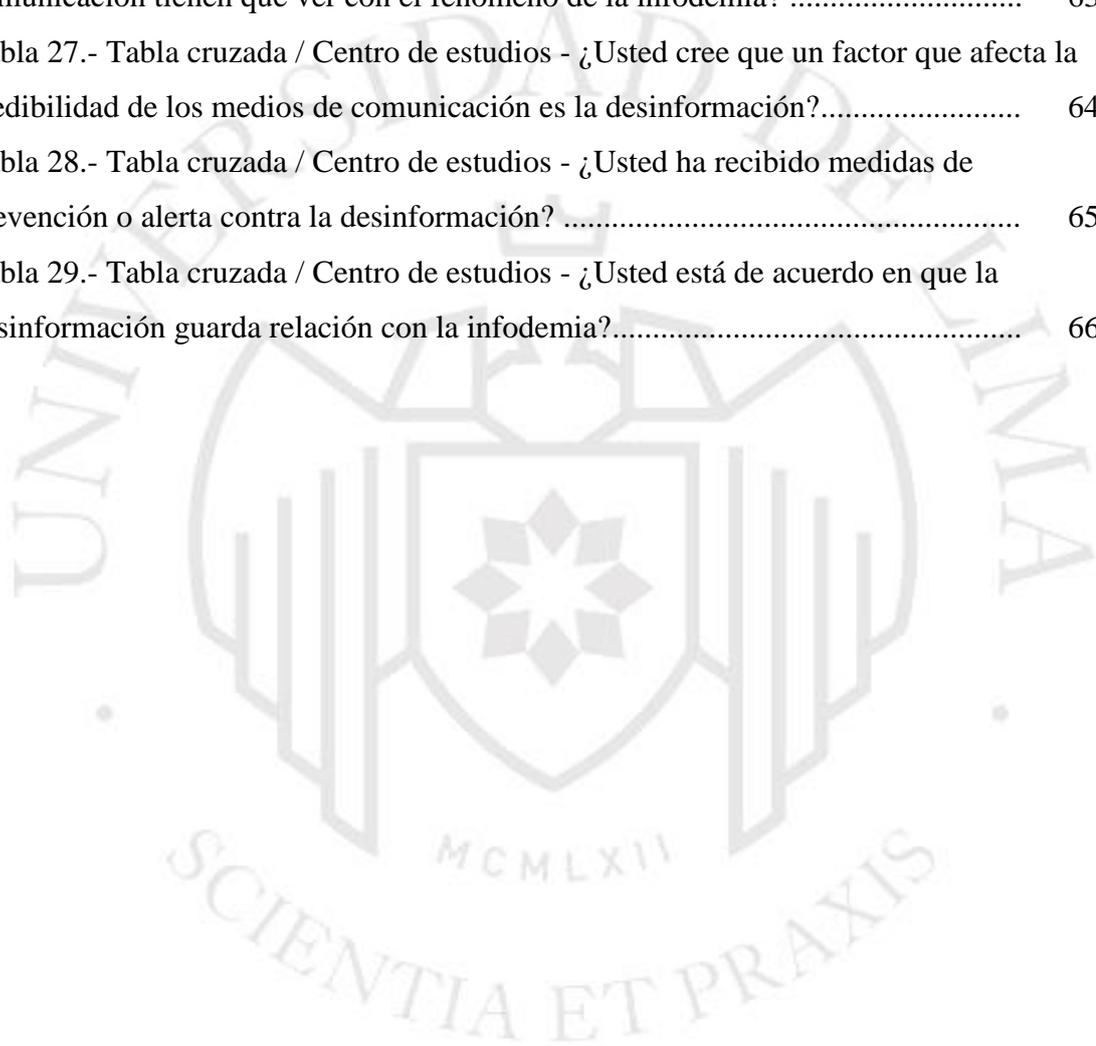
86



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Clasificación según edad	38
Tabla 2.- Clasificación según género	39
Tabla 3.- Alumnado según centro de estudios	40
Tabla 4.- Medios de comunicación usados por los estudiantes para informarse	41
Tabla 5.- Criterios al elegir la información.....	42
Tabla 6.- Aumento de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia.....	43
Tabla 7.- Medios de comunicación en donde hubo un incremento de la información difundida.....	44
Tabla 8.- Medios de comunicación para obtener datos, información o noticias.....	45
Tabla 9.- Preferencia por el medio tradicional o digital.....	46
Tabla 10.- Definición del término ‘infodemia’ en los estudiantes universitarios.....	47
Tabla 11.- Sobre el fenómeno de la infodemia.....	48
Tabla 12.- El fenómeno de la infodemia en su universidad.....	49
Tabla 13.- Recepción de información específica sobre el fenómeno de la infodemia.....	50
Tabla 14.- Relación de la infodemia con la sobrecarga de la información.....	51
Tabla 15.- La infodemia como propagador de los rumores, datos falsos o mentiras.....	52
Tabla 16.- Relación de los avances en la comunicación con el fenómeno de la infodemia.....	53
Tabla 17.- Conocimiento de la desinformación.....	54
Tabla 18.- La desinformación como factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación.....	55
Tabla 19.- Recepción de medidas de prevención o alerta contra la desinformación.....	56
Tabla 20.- Relación de la desinformación con el fenómeno de la infodemia.....	57
Tabla 21.- Tabla cruzada / Centro de estudio - ‘Infodemia’.....	58
Tabla 22.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad?.....	59

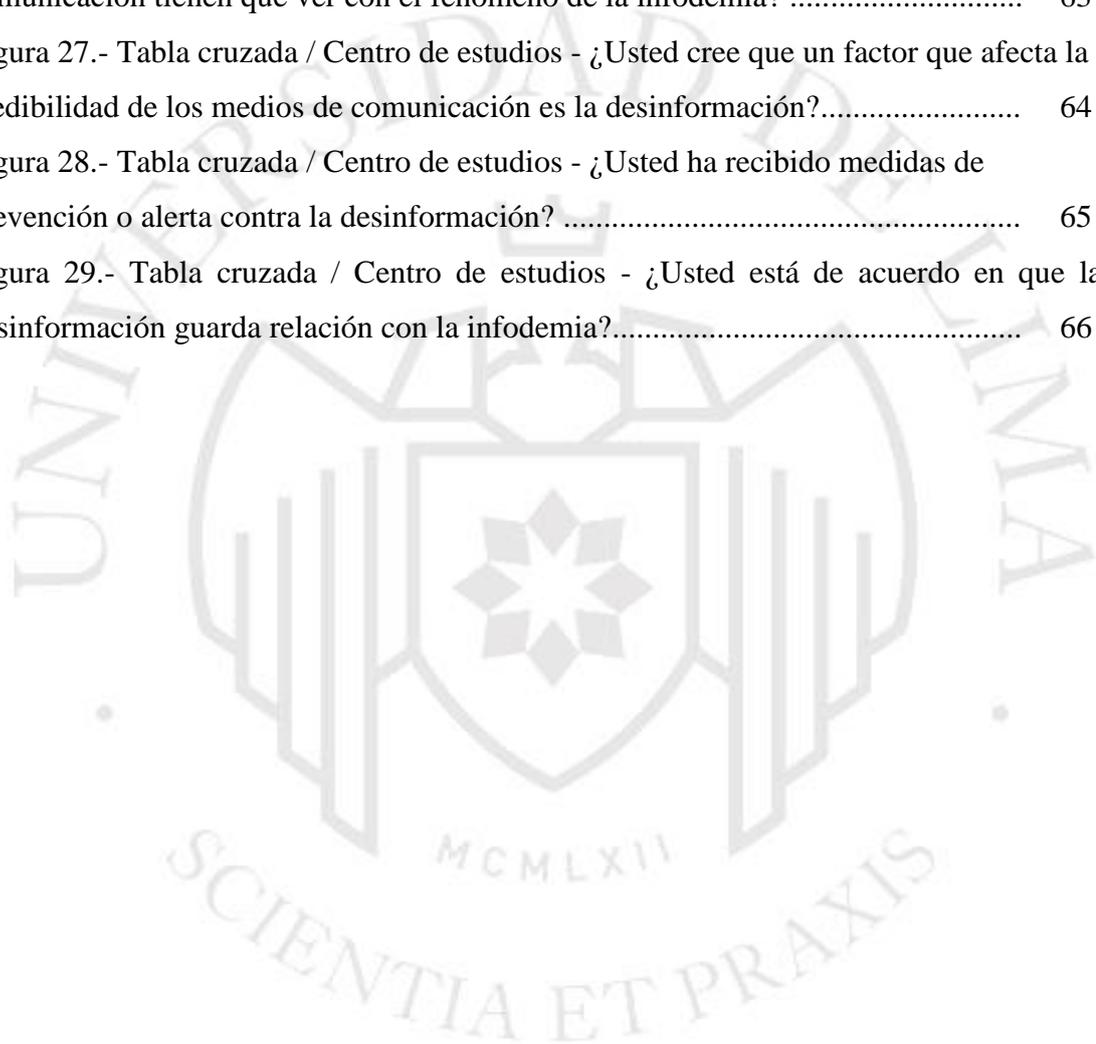
Tabla 23.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?	60
Tabla 24.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?	61
Tabla 25.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propagar los rumores, datos falsos o mentiras?	62
Tabla 26: Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?	63
Tabla 27.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?.....	64
Tabla 28.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?	65
Tabla 29.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?.....	66



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Clasificación según edad	38
Figura 2.- Clasificación según género	39
Figura 3.- Alumnado según centro de estudios.....	40
Figura 4.- Medios de comunicación usados por los estudiantes para informarse...	41
Figura 5.- Criterios al elegir la información.....	42
Figura 6.- Aumento de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia.....	43
Figura 7.- Medios de comunicación en donde hubo un incremento de la información difundida.....	44
Figura 8.- Medios de comunicación para obtener datos, información o noticias ...	45
Figura 9.- Preferencia por el medio tradicional o digital	46
Figura 10.- Definición del término ‘infodemia’ en los estudiantes universitarios ...	47
Figura 11.- Sobre el fenómeno de la infodemia	48
Figura 12.- El fenómeno de la infodemia en su universidad	49
Figura 13.- Recepción de información específica sobre el fenómeno de la infodemia.....	50
Figura 14.- Relación de la infodemia con la sobrecarga de la información.....	51
Figura 15.- La infodemia como propagador de los rumores, datos falsos o mentiras.....	52
Figura 16.- Relación de los avances en la comunicación con el fenómeno de la infodemia.....	53
Figura 17.- Conocimiento de la desinformación.....	54
Figura 18.- La desinformación como factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación.....	55
Figura 19.- Recepción de medidas de prevención o alerta contra la desinformación.....	56
Figura 20.- Relación de la desinformación con el fenómeno de la infodemia.....	57
Figura 21.- Tabla cruzada / Centro de estudio - ‘Infodemia’.....	58
Figura 22.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad.....	59

Figura 23.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?	60
Figura 24.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?	61
Figura 25.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propagará los rumores, datos falsos o mentiras?	62
Figura 26: Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?	63
Figura 27.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?.....	64
Figura 28.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?	65
Figura 29.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?.....	66



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	86
Anexo 2: Instrumentos.....	87
Anexo 3: Confiabilidad del instrumento.....	89
Anexo 4: Aprobación del comité de ética.....	90
Anexo 5: Formato de consentimiento informado.....	91
Anexo 6: Certificado de validez de instrumento	92
Anexo 7: Carta de aprobación de la institución para la recolección de los datos.....	95
Anexo 8: Informe del asesor de Turnitin.....	98
Anexo 9: Entrevista a docente experto.....	99
Anexo 10: Cronograma	102



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como **objetivo** describir y analizar el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicación de dos universidades, una pública y una privada, sobre el fenómeno de la infodemia que surge durante la pandemia por COVID-19, Lima-2023, además del conocimiento sobre las estrategias de comunicación, la gestión de la información y el concepto de desinformación, con la finalidad de contribuir al conocimiento social y científico. La **metodología** tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, cuyo nivel correspondió al descriptivo, diseño no experimental, y que abordó el tema de la infodemia. La muestra fue seleccionada de dos universidades peruanas, una estatal y otra privada, con un total de 200 alumnos de los últimos ciclos de la facultad de comunicación de ambas instituciones, quienes fueron encuestados a través de un instrumento de investigación de elaboración propia que fue una encuesta. Los **resultados** señalan que un 22% de alumnos sí conoce el concepto de infodemia y han sido informados en la universidad, pero un 88% de alumnos no tiene noción de este fenómeno y no tienen información. Las **conclusiones** arrojaron que los alumnos que participaron de la investigación tienen nociones sobre la infodemia; sin embargo, se resalta que hay ciertas definiciones e información que desconocen sobre este fenómeno en la situación actual.

Palabras clave: Nivel de conocimiento, infodemia, estudiantes universitarios.

ABSTRACT

The **objective** of this research work was to describe and analyze the level of knowledge of communication students from two universities, one public and one private, about the phenomenon of the infodemic that arises during the COVID-19 pandemic, Lima-2023, in addition to knowledge about communication strategies, information management and the concept of misinformation, to contribute to social and scientific knowledge. The **methodology** had a quantitative approach, of a basic type, whose level corresponded to the descriptive, non-experimental design, and which addressed the topic of the infodemic. The sample was selected from two Peruvian universities, one state-owned and the other private, with a total of 200 students from the last cycles of the Faculty of Communication of both institutions, who were surveyed through a research instrument of their own elaboration that was a survey. The **results** indicate that 22% of students do know the concept of infodemic and have been informed at the university, but 88% of students have no notion of this phenomenon and have no information. The **conclusions** showed that the students who participated in the research have notions about the infodemic; however, it is highlighted that there are certain definitions and information that are unknown about this phenomenon in the current situation.

Keywords: knowledge level, infodemic, university students.

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud (OMS) realizó un estudio en la República Popular de China (OMS, 2020) en donde informó, a través de los medios de comunicación, sobre los casos inusuales de una 'neumonía vírica' en la ciudad de Wuhan. Inmediatamente, esta organización publicó un conjunto de orientaciones y recomendaciones para todos los países con la finalidad de detectar posibles casos de este virus. El 12 de enero de ese mismo año, China hace pública la secuencia genética del virus, denominado como COVID-19 y un día después aparece en Tailandia el primer caso de contagio por este virus. En las Américas, Estados Unidos notifica su primer caso confirmado el 21 de enero y 5 días después, se reporta la presencia del virus en São Paulo, Brasil, provocando el cierre de fronteras, aeropuertos, así como negocios locales y escuelas (Fuente: OMS).

En cuanto al Perú, mediante un anuncio del expresidente Martín Vizcarra y la exministra de salud Elizabeth Hinostroza, se detectó oficialmente el primer caso de coronavirus el 6 de marzo del 2020. Luego, las autoridades ordenaron el desarrollo de un plan nacional de preparación y respuesta ante el riesgo de introducción del coronavirus para fortalecer los sistemas de vigilancia, contención y respuesta de la enfermedad. A la par de la pandemia, surge el fenómeno de la infodemia, el cual hace referencia a un exceso de la información cuyas fuentes se debaten entre lo verdadero y lo falso, dificultando que las personas encuentren una fuente confiable o la orientación fidedigna cuando sea necesario. De acuerdo con la OMS, este fenómeno puede volverse exponencial en un período breve de tiempo debido a un incidente en específico como la pandemia COVID-19. La desinformación y los rumores, así como la manipulación de información con dudosas intenciones, aparecen y se amplifican con mayor escala y velocidad en las redes sociales, como un virus. Esta situación está relacionada con el concepto de **posverdad**, que significa distorsionar deliberadamente la realidad y manipular creencias y emociones para influir en la opinión pública y las actitudes sociales.

A raíz de la pandemia y el incremento del acceso tecnológico, las personas se han vuelto más susceptibles a las noticias y han aparecido con mayor frecuencia en titulares e información que ponen a prueba el nivel de conocimiento de las personas sobre la veracidad de los datos a la que son expuestos. El nivel de conocimiento es muy importante debido a que el ser humano procesa una cierta cantidad de información que le permite comprender la realidad, que está influenciado por el contexto social, medios de

comunicación, tecnología, el nivel educativo, entre otros elementos, a fin de tomar decisiones o implementar acciones. Los internautas o usuarios de las redes sociales, quienes tienen a su alcance noticias, titulares y datos, que circulan en las redes sociales, son los más propensos a la tergiversación de datos, dudando de sus propias decisiones y afectando su salud. Si bien es importante para el avance en la producción del saber y la comprensión de la realidad, el aumento de esta información sin fuentes confiables y su rápida propagación pone en duda el nivel de conocimiento y la obtención de respuestas que contribuyan a la comprensión de su entorno (Fuente: OMS).

En el nivel educativo superior en el Perú, destacan dos universidades. De un lado, la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), reconocida a nivel mundial como una institución prestigiosa y de mucha antigüedad, reconocida como la Decana de América, es una universidad pública que ofrece 66 carreras, entre estas la Escuela Profesional de Comunicación Social, que cuenta con 75 años de creación y que ofrece tres especializaciones: periodismo, comunicación organizacional y producción audiovisual. Por otro lado, la Universidad de Lima, que es una universidad privada, reconocida por su prestigio académico, ofrece 12 carreras de pregrado, entre las que destaca la Facultad de Comunicación, la cual cuenta con 50 años de existencia con siete especializaciones: comunicación corporativa, comunicación para el desarrollo, publicidad y marketing, periodismo y gestión de la información, gestión y realización audiovisual, artes visuales y videojuegos y aplicaciones. Ambas instituciones son formadores de profesionales con capacidad de comprensión integral de análisis, crítica e interpretación de los procesos y fenómenos comunicacionales. El nivel de conocimiento está sujeto a las características específicas de una población o individuo en particular y, para lograr conocimiento, la persona debe acceder, usar y consumir contenidos considerando el tono, análisis explicativo y la construcción narrativa.

Por lo expuesto en el presente trabajo de investigación se pretende describir el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicación de una universidad pública y privada, con el objetivo de conocer cuál es el nivel de conocimiento que poseen los jóvenes universitarios de cada facultad de comunicación sobre el fenómeno de la infodemia, la epidemia de la información y la veracidad o falsedad de las fuentes que circulan a través de las redes sociales.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ESTADO DEL ARTE

1.1 Planteamiento del problema

La primera aparición del término ‘infodemia’ fue en el año 2002, en Canadá, acuñado por el investigador canadiense Gunther Eysenbach, como una disciplina de investigación interdisciplinaria para estudiar los determinantes y la difusión de información y desinformación. Eschenbach usó originalmente el término en el contexto de medir y predecir la calidad de la información de salud publicada en Internet. Años más tarde, el 15 de febrero de 2020, durante la conferencia de seguridad de Múnich, el director general de la OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, anuncia que a la lucha para contrarrestar la pandemia de COVID-19 se le sumaba la lucha contra la ‘infodemia’, marcando el inicio de la OMS y una serie de otras organizaciones para resolver este desafío. La palabra se deriva de la conjunción de los términos ‘epidemia’ e ‘información’, dificultando que las personas accedan a fuentes fiables y orientaciones válidas. La situación no es nueva, ya que se han presentado situaciones similares en otras emergencias de salud, pero nunca se había visto nada de esta magnitud debido al gran incremento de uso de aplicaciones digitales.

En una era de interdependencia digital, este fenómeno se va amplificando por el mayor acceso a los dispositivos móviles, el acceso a Internet y el uso de las redes sociales, teniendo un gran alcance como si se propagara un virus. La situación generada por la pandemia contribuyó en ello, pues las personas tuvieron que aislarse o confinarse en sus casas. De acuerdo al artículo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022), América Latina y el Caribe tienen alrededor de 660,3 millones de personas en unos 20 países que hablan el mismo idioma y comparten una historia cultural similar, lo que ayuda a difundir contenido inexacto de un lado a otro sin perder el sentido. Sumado a las noticias inexactas y mitos sobre la pandemia, se le agregan rasgos locales como la coyuntura o los actores políticos de cada uno de estos países. Asimismo, la (CEPAL, 2019) señala que 430 millones de personas en América Latina y el Caribe son usuarios de internet, lo que corresponde al 67% de la población.

El Perú no ha sido ajeno a la presencia de este fenómeno que ha ido apareciendo con más frecuencia en las redes sociales durante la pandemia. Según (Álvarez Risco et al., 2020), en su artículo habla sobre lo desafiante que es la lucha contra la infodemia, debido a que no solo se han propagado informes acompañados de racismo y discriminación hacia los ciudadanos y pacientes chinos, múltiples tratamientos herbales y religiosos no probados científicamente, sino también, en el caso peruano, han sido promocionados falsamente medicamentos recetados que no han sido probados para la prevención y el tratamiento de la COVID-19, las cuales fueron mostradas en la portada de una revista local llamada 'Caretas'. De acuerdo con el artículo de la UNMSM, escrito por Arroyo Sánchez et al., (2020), explica que la infodemia es una epidemia de información vinculada con el miedo, la especulación y el rumor, amplificada por la tecnología de la información actual, que se propaga rápidamente y provocando un cierto grado de negatividad en la sociedad.

Las universidades del Perú, tanto públicas como privadas, tienen como objetivo brindar una educación de calidad para contribuir con el desarrollo de profesionales capacitados para el crecimiento de la nación. Según el III Informe Bienal sobre la realidad universitaria de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), la educación superior se caracteriza por ser la “segunda etapa del sistema educativo que consolida la formación integral de las personas, produce conocimiento, desarrolla la investigación e innovación y forma profesionales en el más alto nivel de especialización y perfeccionamiento en todos los campos del saber (...) a fin de cubrir la demanda de la sociedad y contribuir al desarrollo y sostenibilidad del país” (Art. 49). Sin embargo, existen algunas diferencias entre las universidades públicas y privadas, por ejemplo, en términos de financiación, las instituciones privadas tienen fondos privados y también reciben un ingreso fijo de los estudiantes, mientras que las instituciones públicas tienen fondos limitados del gobierno, lo que crea una diferencia en materia de infraestructura y tecnología. (Fuente: Estudia Perú).

Al verse comprometido el nivel de conocimiento por el contexto de la pandemia y el fenómeno de la infodemia, es más propenso para un individuo o grupo tener una distorsionada comprensión de la realidad o de la información que pueda circular a través de los medios de comunicación, lo cual repercute en sus decisiones y prácticas. La existencia de las noticias engañosas, historias falsas y rumores sin validez comprobada pueden afectar de forma negativa la opinión de las personas, alterando la toma de decisiones, la búsqueda de fuentes válidas y la orientación de datos en la que los usuarios

puedan obtener confiabilidad. Los estudiantes universitarios, quienes tienen a su alcance los dispositivos y plataformas digitales, además del uso de las redes sociales, son un sector expuesto a este tipo de desinformación que circula a gran velocidad y alcance en distintas modalidades de producción, haciendo que la infodemia pueda perdurar por mucho más tiempo. El desconocimiento de este fenómeno podría ser la causante de un entorno invadido por la incertidumbre, desconfianza y falta de credibilidad a la información brindada por los medios de comunicación, asimismo generar incertidumbre entre prosumidores, usuarios que actúan como canales de comunicación siendo consumidores y productores de contenidos que participan en el mundo digital del intercambio informativo.

Por lo expuesto anteriormente, el presente trabajo se centra en el fenómeno de la infodemia que surge en la pandemia de COVID-19 y el conocimiento que tienen o no los jóvenes estudiantes de la facultad de comunicación de una universidad pública y privada del Perú sobre este acontecimiento.

Entonces, surge la interrogante:

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los alumnos de los últimos ciclos de comunicación de la Universidad de Lima y la UNMSM, Lima - 2023?

- Se pretende conocer sobre el nivel de conocimiento de la infodemia en los estudiantes universitarios de comunicaciones con la finalidad de que pueda servir de llamado a la reflexión hacia la sociedad sobre los efectos perjudiciales y de riesgos del fenómeno de la infodemia.
- El presente trabajo de investigación tiene como propósito aportar información a la base de datos existente, cuyos resultados y evidencias puedan contribuir en investigaciones futuras.
- El estudio recomienda romper el dilema causado por el fenómeno de la infodemia y la desinformación, para permitir a los ciudadanos distinguir entre fuentes confiables y medios de comunicación convencionales que contienen información poco clara o falsa.

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la Universidad de Lima y la UNMSM sobre el concepto de infodemia, Lima-2023?
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la ULIMA y la UNMSM sobre las estrategias de comunicación e información?
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de comunicaciones de la ULIMA y la UNMSM sobre la gestión de la información y el concepto de desinformación?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Identificar el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicación de una universidad pública y privada sobre el fenómeno de la infodemia que surge en la pandemia por COVID-19, con la finalidad de conocer cuál es el nivel de conocimiento que poseen los jóvenes universitarios de cada facultad de comunicación sobre el fenómeno de la infodemia, la epidemia de la información y la veracidad o falsedad de las fuentes que circulan a través de las redes sociales, y comparar los resultados obtenidos en el estudio. El presente trabajo de investigación tiene el propósito de mejorar el entendimiento relacionado con el tema de la infodemia, para ser incorporando a los estudios de la comunicación.

1.3.2 Objetivos específicos

- Describir el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la Universidad de Lima y la UNMSM sobre el concepto de infodemia.
- Describir el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la Universidad de Lima y la UNMSM sobre las estrategias de comunicación e información.
- Describir el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de comunicaciones de la ULIMA y la UNMSM sobre la gestión de la información y el concepto de desinformación.

1.4 Justificación del tema

1.4.1 Teórico

El presente trabajo de investigación pretende contribuir con las bases de datos públicas existentes, y sus hallazgos y evidencia pueden contribuir a futuras investigaciones para mejorar la comprensión de la importancia temática de la infodemia y su inclusión en la investigación de la comunicación.

1.4.2 Metodológico

El trabajo de investigación expuesto ha aplicado un instrumento de elaboración propia, con el fin de recolectar la información suficiente para lograr los objetivos específicos planteados, respuestas que serán obtenidas mediante una encuesta virtual, demostrada con validez y confiabilidad, de tal manera que futuras investigaciones relacionadas con el tema de la infodemia pueden tomar de referencia la metodología empleada.

1.4.3 Práctico

La presente investigación plantea romper con el dilema de la desinformación ocasionada y reconocida recientemente como el fenómeno de la infodemia, con la finalidad de que las/os ciudadanas/os puedan discernir entre las fuentes fiables y la información ambigua o alterada de los medios de comunicación, con un nivel de conocimiento que les permita identificar los datos verificados de los tergiversados o dudosos.

1.5 Estado del arte

En los tres últimos años, debido a la situación global que trajo consigo la pandemia COVID-19, el *fenómeno de la infodemia* ha despertado el interés por ser estudiado, producto de las consecuencias ocasionadas en la circulación de información errónea o imprecisa, reflejada además por la sobrecarga informativa, la falta de credibilidad en las noticias y la tergiversación de datos, generando desconfianza en las noticias que circulaban en los medios de comunicación, cuyas repercusiones podrían afectar el diálogo entre las instituciones públicas y privadas con la población en general. De acuerdo con Waisbord (2022), la pandemia ha expuesto condiciones de posverdad y crisis de confianza, así como conflictos entre distintas especializaciones, incluidas las ciencias de la salud, dificultando la solución de problemas globales. En su trabajo señala que analizar la pandemia de la posverdad permite comprender aspectos importantes de la

comunicación pública contemporánea: ambigüedades de desinformación, problemas y conflictos competenciales, así como los efectos mixtos de una comunicación para personas que enfrentan problemas comunes como la salud.

Por otro lado, López y Nuño (2020) realizan un análisis de la desinformación sobre el coronavirus que circuló en España y Latinoamérica entre el 23 de enero de 2020 y el 3 de mayo de 2020; un estudio cuantitativo de volumen de desinformación por país, evolución en el tiempo, tipos de desinformación, canales de distribución, fuentes de bulos y redes repartidas entre diferentes países. El desarrollo de la pandemia afecta a la distribución de mentiras, que se disparan en momentos críticos, como la declaración de pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud.

De acuerdo con Patel et al. (2020), La enfermedad por coronavirus, que comenzó en Wuhan, China, en diciembre de 2019, se ha convertido en una pandemia que plantea riesgos sin precedentes para la humanidad. Sin embargo, la ola de miedo que se aceleró antes de la pandemia mundial fue alimentada por prejuicios o desinformación. Por su carácter falso, la OMS la ha llamado una "infodemia" que contribuye a la discriminación, la estigmatización de la enfermedad y al fracaso de las políticas de respuesta rápida.

Asimismo, Germani y Biller Andorno (2021) en su trabajo de investigación analiza el comportamiento del movimiento contra las vacunas que se encontraba en aumento a través de las redes sociales, difundiendo información errónea sobre la seguridad de las vacunas en línea y contribuyendo a una disminución alarmante en las tasas de vacunación en todo el mundo, compartiendo teorías de conspiración y utilizan un lenguaje emocional, además de un contenido de un grupo de personas influyentes.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

2.1 Antecedentes nacionales

Alvarez Risco et al., (2020) en su investigación tuvo como objetivo “describir una selección de falsas noticias de COVID-19 procedentes del Perú y la reacción del gobierno peruano a esta información”. El estudio utilizó un método descriptivo basado en la selección de las tres noticias falsas más relevantes que fueron desmentidas por el gobierno peruano. Los resultados muestran que las personas con bajas tasas de alfabetización y el aumento del tiempo libre debido al confinamiento puede haber contribuido a la infodemia, por lo que las agencias de salud deben tener una presencia de salud pública más proactiva y flexible en las redes sociales para detener su avance.

Arroyo Sánchez et al. (2020) en su investigación tuvo como objetivo “presentar el origen del concepto de infodemia, sus características y perspectivas de futuro tras la pandemia del COVID-19, como posible base para futuras investigaciones”. El método que empleó el estudio fue descriptivo tipo básico de la información falsa o engañosa que ha circulado en internet, además de las medidas informadas de control de infecciones promovidas por autoridades sanitarias. Los resultados indican que los efectos nocivos de la infodemia continúan incluso después del final de la pandemia de COVID-19, debido a los daños a nivel político, social, económico y de salud pública.

Sánchez et al., (2020) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo “abordar la desinformación a partir de un análisis de la situación informativa surgida durante la pandemia del COVID-19 y brindar estándares para los conceptos de ‘misinformation’ y ‘disinformation’ a partir de la definición de infodemia utilizada por la Organización Panamericana de la Salud”. El estudio empleó un método descriptivo exploratorio, con un estudio documental para actualizar el tema y confirmar el flujo de información sobre COVID-19. Los resultados muestran que la propagación global de la pandemia muestra cuán vulnerables son las personas ante la infodemia que afecta a la sociedad actual.

Vilela Estrada et al., (2021) en su trabajo de investigación busca “evaluar la frecuencia intuida del miedo o la desinformación generada por los medios de comunicación y su impacto en la salud mental de la población peruana post - primera ola”. El estudio usó un método transversal analítico para medir las percepciones de miedo o exageración en las noticias de casi 10,000 personas con una herramienta previamente validada (Global

Cronbach's Alpha 0.92). Los resultados muestran que el conocimiento intuitivo está relacionado con el género, la edad y el nivel de estudios. Las personas que solo tienen educación secundaria son más temerosas e influenciadas.

Espinoza Portilla et al., (2022) en su artículo de investigación tiene como objetivo “describir los desafíos para la gestión de la infodemia en salud en tiempos de la COVID-19”. El estudio utilizó un método de análisis de publicaciones científicas en la base de datos MEDLINE utilizando el motor de búsqueda PubMed, con la búsqueda de dos términos: "infodemiology" (MeSH Terms) e "infodemiology" (All Fields), entre los años 2020 al 2021. Los resultados muestran que el escaso nivel de conocimiento en las noticias falsas, la falta de programas de alfabetización digital y los problemas de gestión de la pandemia son factores que han contribuido con el desarrollo de la infodemia.

2.2 Antecedentes internacionales

Dubey et al., (2020) en su investigación busca “definir el impacto psicosocial del COVID-19”. El estudio empleó dos buscadores, PubMed y Google Scholar, para definir términos como ‘COVID-19’, ‘Sars-Cov2’, ‘Pandemic’, ‘Psychology’, ‘Psicosocial’, ‘Psychitry’, ‘Marginalized’, ‘Telemedicine’, ‘salud mental’, ‘cuarentena’, ‘infodemia’, ‘redes sociales’ e ‘internet’, además de documentos vinculados con el COVID-19 y los impactos psicosociales según el contexto. En cuanto al resultado, se evidenció un alto conocimiento de los aspectos que afectaron a las personas, sobre cómo la enfermedad y la cuarentena provocaron pánico, ansiedad y depresión, alimentado por la infodemia.

Hasan Ashrafi (2020) en su investigación tuvo como objetivo “describir las características de las personas que difunden información errónea y analizar el rol de diferentes profesiones para resolver este problema”. El estudio empleó un método de análisis descriptivo de las personas involucradas con el ‘tumor de consumo e intercambio de información falsa’ (TMCS), quienes no comprenden el concepto de la desinformación. Los resultados muestran que la función de los medios de comunicación es promover el nivel de conocimiento de la desinformación mediante la participación de expertos en salud, enfatizando la alfabetización mediática saludable.

Mheidly, N. y Fares, J. (2020) en su trabajo tuvo como objetivo “discutir las implicaciones de la infodemia de COVID-19 y explorar las formas prácticas de aprovechar las estrategias de comunicación de salud para superarla”. El estudio empleó

un método de análisis de 1000 tuits compartidos en Twitter durante dos días, algunos de los cuales eran ciertos y la mayoría falsos, lo que evidenció una circulación de información dudosa. Sobre los resultados, se evidenció que los medios de comunicación son un canal para la difusión de la educación en salud, mejorando la respuesta pública a la pandemia y son un canal de comunicación entre gobiernos, instituciones y personas. Pulido et al., (2021) en su trabajo de investigación busca “analizar el comportamiento institucional usando Twitter para determinar si es posible derivar modelos efectivos de comunicación institucional para crisis online de aplicación en contextos más amplios”. El estudio empleó un diseño metodológico cuantitativo, a partir del análisis de contenido de 995 mensajes enviados durante el primer estado de alarma por las cuentas oficiales de Twitter de los organismos oficiales encargados de hacer frente a la crisis sanitaria del COVID-19 en España. Los resultados muestran que predominaron los mensajes de empatía y seguridad, con una transparencia informativa.

Sánchez y González (2022) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo “la actitud crítica hacia los medios de jóvenes y adultos en relación con la infodemia, su influencia en el bienestar socioemocional, las reacciones emocionales y la confianza en los medios”. El estudio empleó un método de análisis transversal descriptivo con 404 participantes en dos comunidades virtuales de México durante el primer semestre de 2021. Los resultados evidencian niveles de crítica hacia los medios entre los participantes, mayores niveles de conocimiento de infodemia en adultos y mayores niveles de bienestar socioemocional y reacciones emocionales en jóvenes.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Universidad

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), se define a las universidades como una institución de educación superior que incluyen varias facultades y otorgan títulos apropiados. Dependiendo de la época y el país, puede incluir escuelas, institutos, departamentos, centros de investigación, escuelas profesionales, etc.; un espacio en donde los estudiantes tienen la oportunidad de adquirir y generar conocimientos a partir de las convivencias y enseñanzas que van compartiendo a medida que avanzan en la vida académica universitaria.

Según Domínguez et al., (2019), desde un punto de vista sociológico, se puede decir que la universidad es una institución originaria de legítima producción y distribución del

conocimiento científico, fuente de interpretaciones estructurales y dinámicas de la realidad. Surge como organismo encargado de proporcionar los conocimientos necesarios para comprender nuestro entorno.

2.3.1.1 Universidad Pública

De acuerdo con un artículo de Estudia Perú (2020) las universidades públicas, también denominadas como nacionales, son aquellas que están financiadas completamente por el Estado, por lo que la institución debe ajustarse a un presupuesto fijo establecido. Los estudiantes no pagan pensiones de enseñanza más que el gasto por el derecho de matrícula por ciclo. Sin embargo, cuentan con una infraestructura y tecnología desactualizada debido a los escasos recursos económicos para invertir, además de no tener convenios con las empresas privadas.

2.3.1.2 Universidad Privada

Asimismo, el artículo de Estudia Perú (2020) define a las universidades privadas como instituciones manejadas como particulares, los estudiantes deben pagar la matrícula y las tasas de enseñanza, entre otras cosas. Aunque no siempre reciben apoyo por parte del gobierno, algunas universidades privadas están sujetas a regulaciones gubernamentales. Además de contar con una infraestructura novedosa y herramientas tecnológicas, maneja convenios entre instituciones y empresas privadas, con cooperación a las prácticas preprofesionales e inserción laboral.

2.4 Infodemia

Según el informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020), define infodemia como un fenómeno que hace alusión a un exceso de información (veraz o no) que dificulta que las personas accedan a aquella proveniente de fuentes fiables y obtengan orientaciones válidas en momentos en que se hace más necesario para la toma de decisiones.

Asimismo, la OMS afirma que la infodemia, además, hace referencia a un gran aumento del volumen de información relativa a un tema, que puede incrementarse de forma exponencial en muy poco tiempo por un incidente determinado, como es la pandemia de la enfermedad por el nuevo coronavirus (COVID-19). En la era de la interdependencia digital, este fenómeno se amplifica debido a la convergencia del aumento en el acceso a

los dispositivos móviles, el acceso a Internet y el uso de las redes sociales, que se propagan cada vez más lejos y más rápido, como un virus.

En adición a la anterior, la OMS explica que en esta situación aparece una mezcla de información científica y técnica con rumores, datos manipulados, expertos ficticios, datos incorrectos, noticias falsas y tendenciosas que dificultan el procesamiento y discernimiento por parte del receptor. Asimismo, el acceso a datos falsos o incorrectos produce distorsiones importantes en los modelos predictivos, lo cual afecta la planificación en los sistemas de salud y la toma de decisiones. Por ello, la comunidad científica está estudiando este fenómeno con el objetivo de entender sus patrones, estructuras y características, y así buscar mitigar sus consecuencias e intentar comprender el comportamiento de las personas frente a este fenómeno. Asimismo, es considerada como una transgresión ética del periodismo al considerarse una práctica que consiste en difundir noticias falsas sobre la pandemia, aumentando el pánico en las sociedades. La infodemia se refiere a la cantidad excesiva de información -en algunos casos correcta, en otros no- que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando la necesitan.

De acuerdo con el trabajo de Aguado y Bernaola (2020), existen experiencias previas en este sentido de alteración informativa, como la vivida a raíz de la crisis sanitaria del virus del Ébola en 2014, momento en el que se pudo apreciar una corriente de difusión de mentiras en Internet, especialmente a partir del primer caso que se detectó fuera de África. Según el trabajo de Jurado y Jurado (2014), esta situación originó el denominado “efecto Gadiana” de la información sanitaria, en tanto que se dio “primero, crisis; luego, alarma sanitaria; después, desinformación”.

Durante esta nueva crisis sanitaria, la difusión de contenidos falsos puede verse favorecida porque es el contexto en el que se cumplen las 8P o la causa de la desinformación identificada de Wardle (2017): falta de periodismo, parodia, provocación, pasión, intereses partidistas, poder o influencia política y propaganda. Además, Vosoughi et al., (2018) señalan que la información errónea se propaga “más lejos, más rápido y más ampliamente”. Esta situación de sobrecarga informativa, rápida propagación y desinformación pandémica ha llevado a la OMS a advertir de los peligros

de la propagación de rumores, bulos y datos falsos, desembocando en lo que denomina una infodemia.

En relación entre la infodemia y el COVID-19, Sánchez y Magallón (2020) en su trabajo destaca la investigación del Reuters Institute, que señalaba que es menos probable que personas con bajos niveles de educación digan que dependen de los medios para obtener noticias e información sobre el coronavirus y más probable que confíen en las redes sociales y las aplicaciones de mensajería. Desde el punto de vista de Nielsen et al., (2020) los primeros estudios sobre desinformación y COVID-19 señalan que empujar a las personas a pensar sobre la precisión de un contenido es una forma simple de mejorar las opciones sobre qué compartir en las redes sociales. Por ejemplo, Pennycook et al., (2020) en los experimentos de su trabajo menciona que valorar la precisión de los titulares duplica el nivel de discernimiento compartido entre los titulares verdaderos y falsos.

2.5 Manejo de la información

Según la Oficina de Coordinación de Asuntos Humanitarios (OCHA), se define al manejo de la información como la recopilación, selección de información de una o más fuentes, las cuales se distribuyen a una o más audiencias. En algunos casos, esto se aplica a quienes desempeñan un papel en la producción o tienen acceso a la información. La gestión se refiere a la organización y control de la estructura, el procesamiento y la entrega de la información. Asimismo, la OCHA señala que la gestión de la información, o la capacidad de una organización para procesar información, está en el centro de las capacidades organizativas y de gestión. Por lo tanto, la estrategia de la organización y su desarrollo deben orientarse a mejorar las capacidades de procesamiento de la información.

Según Mendoza (2018), el manejo de la información es un proceso dinámico, por el continuo movimiento; inevitable, al ser requerida para la transmisión de significados; irreversible, al emitirse, no puede regresar, borrarse o ignorarse; bidireccional, al tener respuesta en dos direcciones (emisor-receptor), y verbal-no verbal, con la utilización de dos lenguajes. De caer en manos equivocadas, puede tener graves consecuencias para el propietario y el receptor de la información, por lo que se debe prestar la debida atención

a todo tipo de información que llega a las personas, porque esta puede parecer insignificante para algunos, mientras que para otros puede provocar o inducir al error.

Además, Cedeño (2018) señala que introducir enlaces y tecnologías online son de utilidad para la sociedad cuando se usan correctamente, sabiendo elegir qué información compartir y qué no compartir, qué datos mostrar y cuáles ocultar, y básicamente sabiendo cómo mantener la privacidad, la intimidad, manteniendo la seguridad y ética para los usuarios y consumidores de la información, sobre todo para que los que la obtienen de manera online. Se debe tener cuidado en el manejo de la información, y se debe enfatizar las consecuencias que podría ocasionar la desinformación o alteración de los datos que se circulan en el internet.

De acuerdo con la OCHA, el manejo de la información en circunstancias como emergencias y desastres se caracterizan por las dificultades para obtener y procesar información en tiempo real de manera efectiva. La toma de decisiones por parte de las instituciones en todos los niveles del sector salud debe basarse en el análisis de la información recolectada del área afectada. Este proceso requiere canales de comunicación entre agencias e instituciones para decidir medidas en cada nivel para reducir o eliminar la morbilidad, enfermos, y mortalidad, muertes, además de restaurar o mantener el acceso a los servicios de salud.

2.6 Nivel de conocimiento

Según el trabajo de Bermeo et al. (2018), el conocimiento es una de las habilidades humanas más importantes porque nos permite juzgar la naturaleza, las relaciones y las propiedades de las cosas que nos rodean. Desde esta perspectiva, el conocimiento puede verse como una colección de información y un conjunto de ideas abstractas interconectadas acumuladas a través de la observación y la experiencia. Tiene su origen en la percepción sensorial de nuestro entorno, que se convierte en conciencia y finalmente en razón. Se puede obtener "a priori", es decir, independientemente de la experiencia, y, por lo tanto, el razonamiento es suficiente para obtenerlo, y "a posteriori", el cual se adquiere a través de la experiencia, estando compuesta por cuatro elementos: sujeto, objeto, operación y representación interna (proceso cognitivo).

Por un lado, Bermeo et al., (2018) menciona que el conocimiento surge de la relación entre el sujeto que conoce y el objeto conocido. En el proceso de cognición, a las personas se les presenta la realidad de las cosas para que las absorban, pero esta realidad se presenta en diferentes grados o niveles de abstracción, entre los cuales se encuentran el nivel de conocimiento sensible, aquel que se conoce mediante los sentidos (vista, gusto, tacto, olfato y oído); el nivel de conocimiento conceptual, basado en la existencia de conceptos, representaciones abstractas, esenciales y universales de la realidad que rodea a las personas; y el nivel de conocimiento holístico, el cual incluye todos los ámbitos del objeto, idea o persona que se pretende conocer.

Por otro lado, Bermeo et al., (2018) menciona que todo conocimiento está relacionado con el nivel de clasificación, que determina el nivel de conciencia de la realidad en el curso del desarrollo humano. Estos se denominan empíricos, los que se obtienen de la experiencia y provienen del sentido común de las personas; científicos, destinados a comprender y descubrir el medio ambiente y sus hechos o fenómenos; y filosófico, que se basa en la búsqueda, el descubrimiento de causas en la reflexión y explicación sistemáticas.

2.7 Teoría de la difusión de las innovaciones

Es una teoría sociológica que pretende explicar cómo, por qué y a qué velocidad se mueven las ideas, y tecnologías a través de las diversas culturas o sociedades en un período determinado de la historia. El concepto de difusión fue estudiado por primera vez por el sociólogo francés Gabriel (1890), precursor del estudio de la comunicación y la difusión de las ideas, quien en su libro 'Las leyes de la imitación' (Les lois de l'imitation) menciona como el carácter imitativo subyace a todo lo que puede considerarse social; es precisamente en la transmisión y aprendizaje de ideas donde se puede evaluar su mecanismo basado en tres operaciones: repetición, oposición y adaptación. Centrado en la repetición de ideas individuales, luego el contraste entre ideas nuevas, nunca antes vistas e ideas previas dentro del individuo, y finalmente la adaptación del individuo al cambio.

2.8 Comunicación de riesgos

De acuerdo con la National Research Council de los Estados Unidos (1989), define la comunicación de riesgos como un proceso interactivo para el intercambio de información

y opiniones entre individuos, grupos e instituciones; es un diálogo en el que se discuten múltiples informaciones, expresando inquietudes, opiniones o reacciones a los propios mensajes o arreglos legales e institucionales para la gestión del riesgo. La comunicación de riesgos es el suministro de información a través de mensajes que permiten a las personas, partes interesadas o comunidades enteras tomar las mejores decisiones para su bienestar cuando surge una situación de riesgo. Es una forma de transmitir información que permita mejorar el manejo de una crisis.

Según el documento del Módulo 1 de la Comunicación de Riesgos de la (OMS, 2022), la comunicación de riesgos consiste en la retroalimentación de las preocupaciones y angustias de los habitantes, que permita disminuir la ansiedad, informar a la sociedad para que esté preparada y participe en su reducción y prevención (familias, comunidades, lugares de trabajo); además, informa a las personas sobre riesgos desconocidos. Ayuda a lograr la cooperación entre grupos de riesgo, haciendo más efectiva y rápida la intervención o respuesta de las autoridades, además de generar confianza y proporcionar información fiable para que las comunidades puedan evaluar con mayor precisión los riesgos para la salud y actuar en consecuencia.

Asimismo, este documento citado menciona que la comunicación de riesgos posee tres principios básicos. El primero señala que las percepciones son realidades. Lo que se percibe como real, aunque no lo sea, es real para la persona, al igual que sus consecuencias. El objetivo no solo consiste en predecir respuestas a situaciones de crisis, sino también a situaciones ‘fantasma’ que puedan generar circunstancias ‘auténticas’ de miedo, sobre todo durante emergencias. El segundo es establecer credibilidad y confianza: ambas condiciones deben incrementarse y mantenerse para que las personas tomen la información con seriedad y atención. El tercer y último indica que la comunicación eficaz de riesgos es una habilidad técnica que requiere conocimiento, organización, planificación, apertura y práctica.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Método de la investigación

El método de la investigación fue de alcance descriptivo. Así, menciona Álvarez (2020), que este tipo de estudios son aquellos con los que especifican, definen y miden las propiedades de las variables, además de cuantificar y mostrar las dimensiones de un fenómeno o contexto. El presente trabajo de investigación busca identificar cuál es el nivel de conocimiento de los estudiantes de la carrera de comunicación en una universidad, privada y pública, sobre el fenómeno de la infodemia. Además, al tratarse de un fenómeno que ha surgido en pandemia se considera relativamente reciente, por ello no se encuentran muchos estudios con el mismo enfoque en el país. Por otro lado, Hernández et al., (2010) los estudios exploratorios pretenden analizar fenómenos desconocidos o novedosos de los cuales se tienen muchas dudas o no han sido temas muy abordados.

3.2 Enfoque investigativo

El enfoque fue cuantitativo, pues este enfoque permitió, según Hernández et al., (2014) el tratamiento estadístico a los datos donde regularmente el orden del análisis es imperante, así como el análisis de las variables y el análisis para responder a las preguntas del estudio. Por ende, este estudio pretende evaluar estadísticamente el nivel de conocimiento de los estudiantes universitarios de comunicación de ambas universidades, con la finalidad de obtener los resultados según los objetivos propuestos.

3.3 Tipo de investigación

El estudio fue de tipo básico, por lo que se debe entender que este tipo de investigaciones se expresaron como un conjunto de conocimientos para ampliar las nociones de manera precisa y objetiva. Así, para Álvarez (2020) este tipo de investigaciones se orienta en adquirir sistemáticamente nuevos conocimientos con la única finalidad de aumentar el conocimiento sobre una determinada realidad.

3.4 Diseño de la investigación

La presente investigación es de método no experimental, porque las variables no fueron manipuladas por parte del investigador por ser hechos que ya sucedieron. Menciona

Álvarez (2020) que este método no requiere que alguna de las variables sea manipulada, esto significa que no se realizaron variaciones intencionales a las variables de estudio. Además, el corte fue transversal, debido a que mide las variables una sola vez y analiza con base en esta información; las características de los grupos de una o más unidades se miden en un momento específico, en lugar de evaluar el desarrollo de estas unidades. También, se debe considerar que el nivel fue descriptivo porque se condujo a la investigación hacia la aplicación de encuestas para conocer el nivel de conocimiento de las variables. De acuerdo con Álvarez (2020), en el nivel descriptivo se identifican y describen las características que posee el hecho de estudio.

3.5 Población, muestra y muestreo

3.5.1 Población

La población está constituida, en promedio, por 43 000 alumnos de la UNMSM y 22 000 de la Universidad de Lima, lo que hace un total de 65 000 alumnos de ambas universidades, considerando todas las carreras y solo correspondientes al pregrado.

3.5.2 Muestra

La muestra fue de 170 alumnos que corresponden a los últimos cuatro ciclos (7mo-10mo), y por parte de la Universidad de Lima, 240 alumnos de la UNMSM, entre séptimo y décimo ciclo, de la facultad de Comunicación. Concluyendo una muestra total de 418 alumnos.

Fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = 410

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (50% = 0.5)

q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)

d = precisión (5%)

$$n = \frac{410(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(410 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{4014472}{20029}$$

$$n = 200$$

Criterios de inclusión

- Personas mayores de 18 años.
- Personas entre 18 y 40 años.
- Estudiantes de la facultad de Comunicación
- Estudiantes de la Universidad de Lima y la UNMSM
- Que curse los últimos 4 ciclos de estudio.
- Ambos sexos

Criterios de exclusión

- Personas menores de 18 años.
- Estudiantes universitarios de otras facultades que no sean de Comunicación
- Estudiantes universitarios de otros ciclos o ciclos menores.

Operacionalización de variables

Variable 1

Nivel de conocimiento sobre la infodemia

Dimensión 1

Conocimiento de comunicación e información sobre la infodemia

Matriz de operacionalización de la variable 1

Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa (Niveles o rangos)
	Preguntas de la encuesta de la dimensión 1:	Ordinal	Nivel bajo

Conocimiento de comunicación e información	¿Usted qué medios de comunicación suele emplear para informarse?	(0 – 50%)
	¿Usted qué criterios considera que son los más importantes al momento de elegir la información?	Nivel mediano (50 – 70%)
	¿Usted notó un aumento de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia? Si respondió 'Sí', ¿en qué medios de comunicación usted ha notado un incremento desmedido de la información difundida?	Nivel alto (70 – 100%)
	¿Usted depende de los medios de comunicación para obtener datos, información o noticias?	
	¿Usted prefiere informarse a través del medio tradicional o digital?	

Fuente: Elaboración propia

Variable 2

Fenómeno de la infodemia

Dimensión 1

Conocimiento de la infodemia

Dimensión 2

Desinformación

Matriz de operacionalización de la variable 2

Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa (Niveles o rangos)
Conocimiento de la infodemia	Preguntas de la encuesta de la dimensión 1:	Ordinal	Nivel bajo (0 – 50%)
	Cuando usted escucha ‘infodemia’, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?		
	¿Usted ha oído hablar del fenómeno de la infodemia?		
	¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en la universidad?		Nivel mediano (50 – 70%)
	¿Usted ha recibido información sobre el fenómeno de la infodemia?		
	¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de información?		
	¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?		
¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?	Nivel alto (70 – 100%)		
Desinformación	Preguntas de la encuesta de la dimensión 2:	Ordinal	Nivel bajo (0 – 50%)
	¿Usted sabe qué es la desinformación?		
	¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?		Nivel mediano (50 – 70%)
	¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?		
	¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?		
	Nivel alto (70 – 100%)		

Fuente: Elaboración propia

3.6 Limitaciones de la metodología

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo describir el nivel de conocimiento de los estudiantes de los últimos ciclos de comunicación de dos universidades, Universidad de Lima y UNMSM, sobre el fenómeno de la infodemia que surge durante la pandemia por COVID-19, Lima-2023, en donde se evaluó mediante una encuesta a 100 alumnos, de ambas instituciones respectivamente, que participaron en el estudio. El presente trabajo de investigación no posee una hipótesis, debido al alcance descriptivo que posee. A su vez, incluye un análisis que se realizó en base a los resultados que se recopilaron con ayuda del instrumento de investigación.

Entre las limitaciones que se presentaron en el presente trabajo de investigación estuvo la coyuntura y el contexto social a nivel nacional, debido a las protestas y los contratiempos climatológicos, además de la coyuntura a nivel mundial. Por motivos de la pandemia, no se ha abierto por completo la presencialidad en las casas de estudios seleccionadas. Durante el desarrollo de la parte metodológica del proyecto de investigación, el personal administrativo se encontraba de vacaciones. Debido a ello, se optó por emplear tanto encuestas físicas como digitales, con la finalidad de alcanzar a la muestra seleccionada.

La aplicación del instrumento de investigación no tuvo mayores contratiempos entre los alumnos de comunicaciones de ambas instituciones, debido a que se trataron de dos universidades muy parecidas en donde se empleó la misma encuesta de elaboración propia de manera virtual, mediante la plataforma de Google Forms, con 16 preguntas para evaluar los conocimientos sobre el fenómeno de la infodemia, conocimientos generales de comunicación e información, además del concepto de desinformación.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

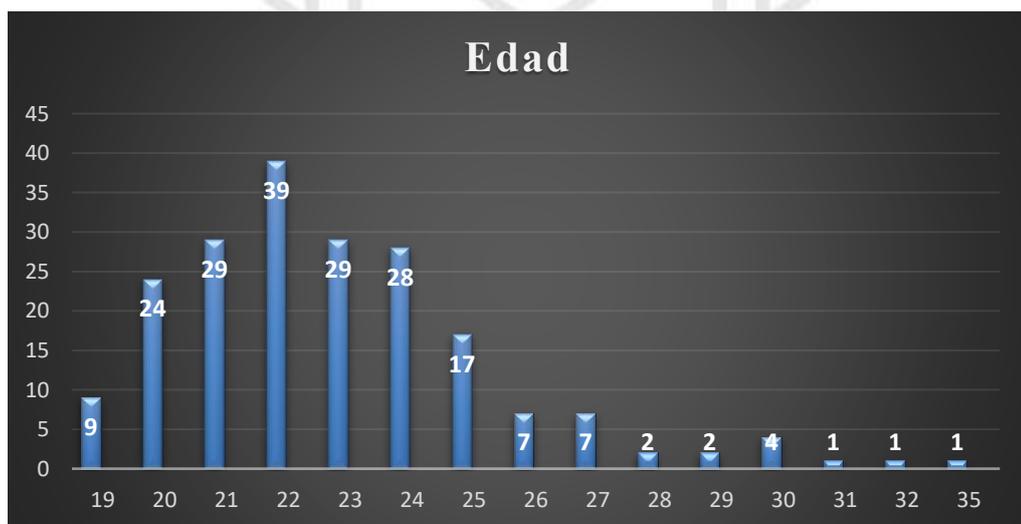
4.1 Resultados

4.1.1 Análisis descriptivo de resultados

Tabla 1.- Clasificación según edades

Cuadro N°1 Edad				
	Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	19	9	4,5%	4,5%
	20	24	12,0%	12,0%
	21	29	14,5%	14,5%
	22	39	19,5%	19,5%
	23	29	14,5%	14,5%
	24	28	14,0%	14,0%
	25	17	8,5%	8,5%
	26	7	3,5%	3,5%
	27	7	3,5%	3,5%
	28	2	1,0%	1,0%
	29	2	1,0%	1,0%
	30	4	2,0%	2,0%
	31	1	,5%	,5%
	32	1	,5%	,5%
	35	1	,5%	,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



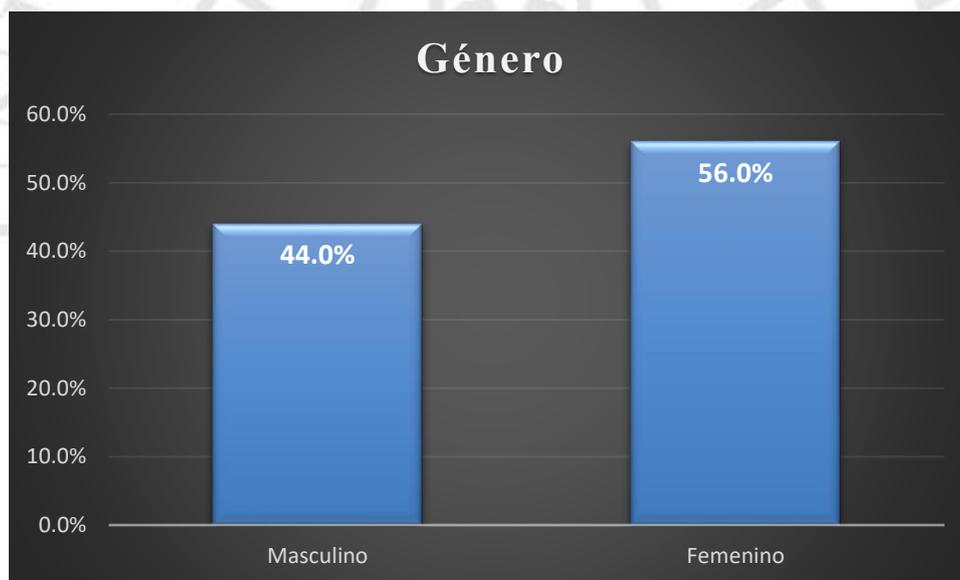
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla y figura 1, se observa que el rango de edad de los universitarios encuestados se encuentra entre los 19 a 35 años, siendo los de 22 años la mayor cantidad de estudiantes encuestados y las edades 31, 32 y 35 con una sola persona respectivamente.

Tabla 2.- Clasificación según género

Cuadro N°2 Género				
		Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Masculino	44,0%	88	44,0%
	Femenino	56,0%	112	56,0%
	Total	100,0%	200	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla y figura 2, se observa que del total de encuestados la mayoría fue de género femenino con un 56%, mientras que el género masculino alcanzó un 44%.

Tabla 3.- Alumnado según centro de estudios

Cuadro N°3 Centro de estudios				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Universidad de Lima	100	50,0%	50,0%
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	100	50,0%	50,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

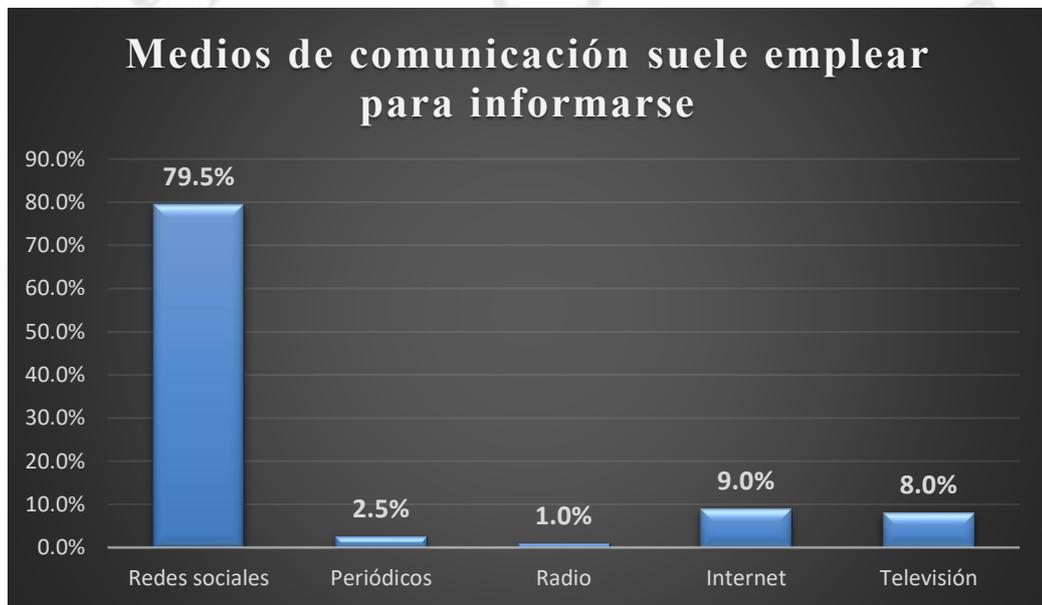
Figura 3.- Alumnado según centro de estudios

Interpretación: En la tabla y figura 3, se aprecia que del total de encuestados ha sido homogéneo entre ambas instituciones, por un lado, la Universidad de Lima y por el otro la UNMSM.

Tabla 4.- Medios de comunicación usados por los estudiantes para informarse

Cuadro N°4 ¿Usted qué medios de comunicación suele emplear para informarse?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Redes sociales	159	79.5%	79.5%
	Periódicos	5	2.5%	2.5%
	Radio	2	1.0%	1.0%
	Internet	18	9.0%	9.0%
	Televisión	16	8.0%	8.0%
	Total	200	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

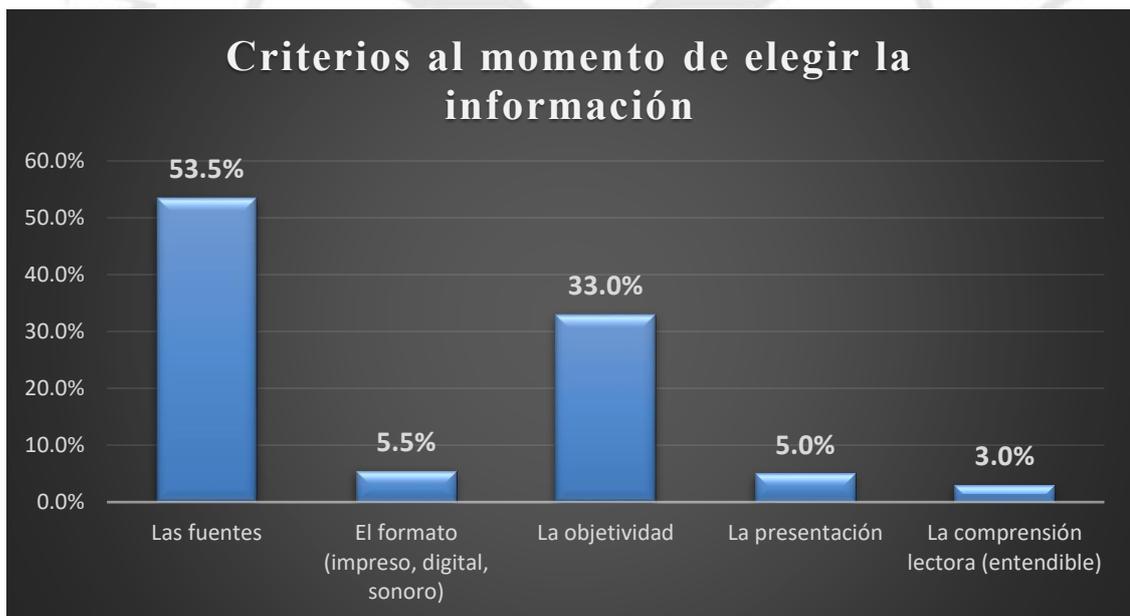
Figura 4.- Medios de comunicación usados por los estudiantes para informarse

Interpretación: En la tabla y figura 4, se observa que los encuestados emplean más las redes sociales como medio de comunicación para informarse con un 79,5%, mientras que el menos empleado es la radio con apenas el 1%.

Tabla 5.- Criterios al elegir la información

Cuadro N°5 ¿Qué criterios considera que son los más importantes al momento de elegir la información?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Las fuentes	107	53,5%	53,5%
	El formato (impreso, digital, sonoro)	11	5,5%	5,5%
	La objetividad	66	33,0%	33,0%
	La presentación	10	5,0%	5,0%
	La comprensión lectora (entendible)	6	3,0%	3,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 5.- Criterios al elegir la información

Interpretación: En la tabla y figura 5, se observa que el 53,5% de estudiantes considera que el criterio más importante al elegir la información son las fuentes, mientras que el más bajo es la comprensión lectora con un 3%.

Tabla 6.- Aumento de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia

Cuadro N°6 ¿Usted notó un aumento de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

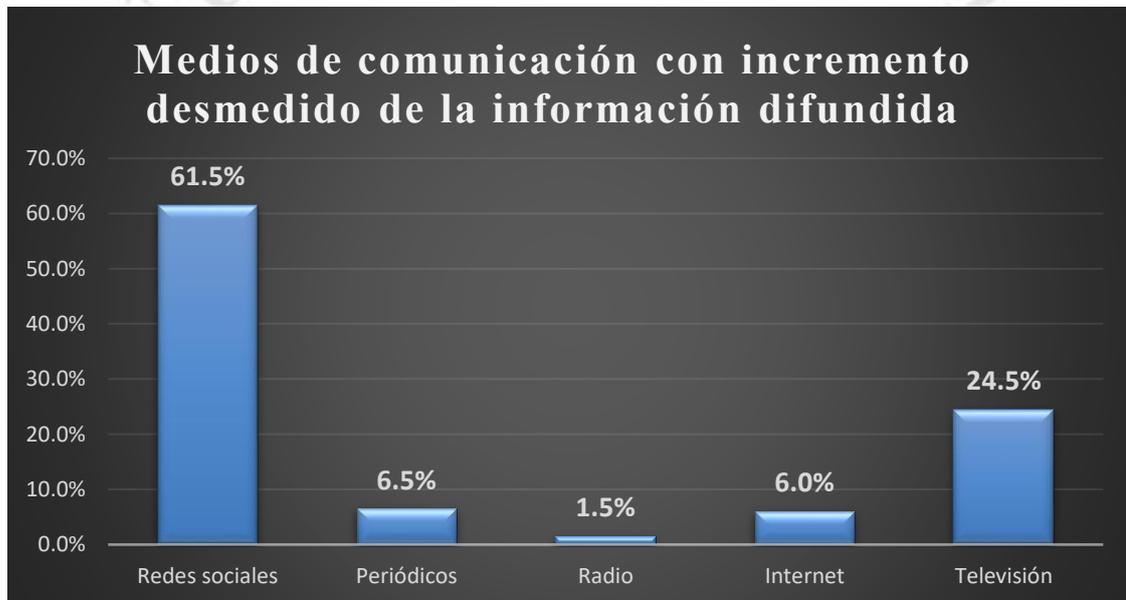
Figura 6.- Aumento de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia

Interpretación: En la tabla y figura 6, se aprecia que todos los encuestados percibieron un aumento en la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia.

Tabla 7.- Medios de comunicación en donde hubo un incremento de la información difundida

Cuadro N°7 Si respondió 'Sí', ¿en qué medios de comunicación usted ha notado un incremento desmedido de la información difundida?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Redes sociales	123	61,5%	61,5%
	Periódicos	13	6,5%	6,5%
	Radio	3	1,5%	1,5%
	Internet	12	6,0%	6,0%
	Televisión	49	24,5%	24,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 7.- Medios de comunicación en donde hubo un incremento de la información difundida

Interpretación: En la tabla y figura 7, se aprecia que el medio de comunicación en donde más se notó un incremento de la información difundida fue en las redes sociales con un 61,5%, mientras que en la radio solo fue de un 1.5%.

Tabla 8.- Medios de comunicación para obtener datos, información o noticias

Cuadro N°8 ¿Usted depende de los medios de comunicación para obtener datos, información o noticias?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	158	79,0%	79,0%
	No	42	21,0%	21,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

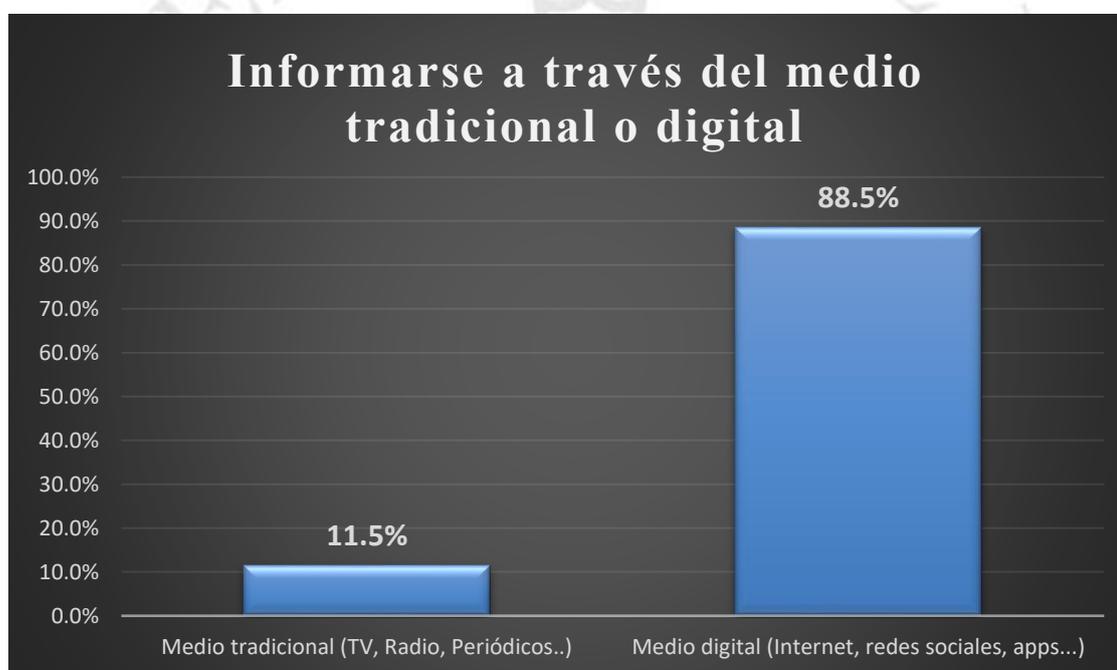
Figura 8.- Medios de comunicación para obtener datos, información o noticias

Interpretación: En la tabla y figura 8, se aprecia que el 79% de los estudiantes depende de los medios de comunicación para obtener información, mientras que un 21% opta por no recurrir a ellos para mantenerse informado.

Tabla 9.- Preferencia por el medio tradicional o digital

Cuadro N°9 ¿Usted prefiere informarse a través del medio tradicional o digital?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Medio tradicional (TV, Radio, Periódicos.)	23	11,5%	11,5%
	Medio digital (Internet, redes sociales, apps...)	177	88,5%	88,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 9.- Preferencia por el medio tradicional o digital

Interpretación: En la tabla y figura 9, se observa que el 88,5% de los encuestados prefiere informarse a través de los medios de comunicación digitales, mientras que el 11,5% opta por los medios de comunicación tradicionales.

Tabla 10.- Definición del término ‘infodemia’ en los estudiantes universitarios

Cuadro N°10 Cuando usted escucha ‘infodemia’, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	La infodemia es un invento de los medios de comunicación.	25	12,5%	12,5%
	La infodemia es una campaña de la Organización Mundial de la Salud.	19	9,5%	9,5%
	La infodemia es un producto de la crisis sanitaria mundial.	23	11,5%	11,5%
	La infodemia es la manía por la información o las noticias.	133	66,5%	66,5%
	Total	200	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

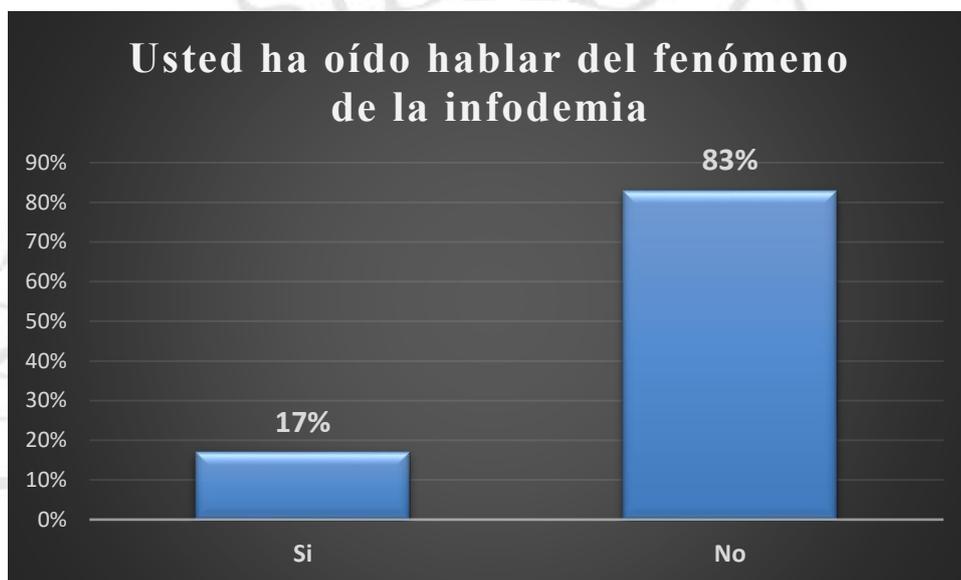
Figura 10.- Definición del término ‘infodemia’ en los estudiantes universitarios

Interpretación: En la tabla y figura 10, se observa que el 66,5% de los encuestados considera que la infodemia es ‘la manía por la información o las noticias’. Por otro lado, un 9,5% considera que es ‘una campaña de la Organización Mundial de la Salud’.

Tabla 11.- Sobre el fenómeno de la infodemia

Cuadro N°11 ¿Usted ha oído hablar del fenómeno de la infodemia?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	34	17,0%	17,0%
	No	166	83,0%	83,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

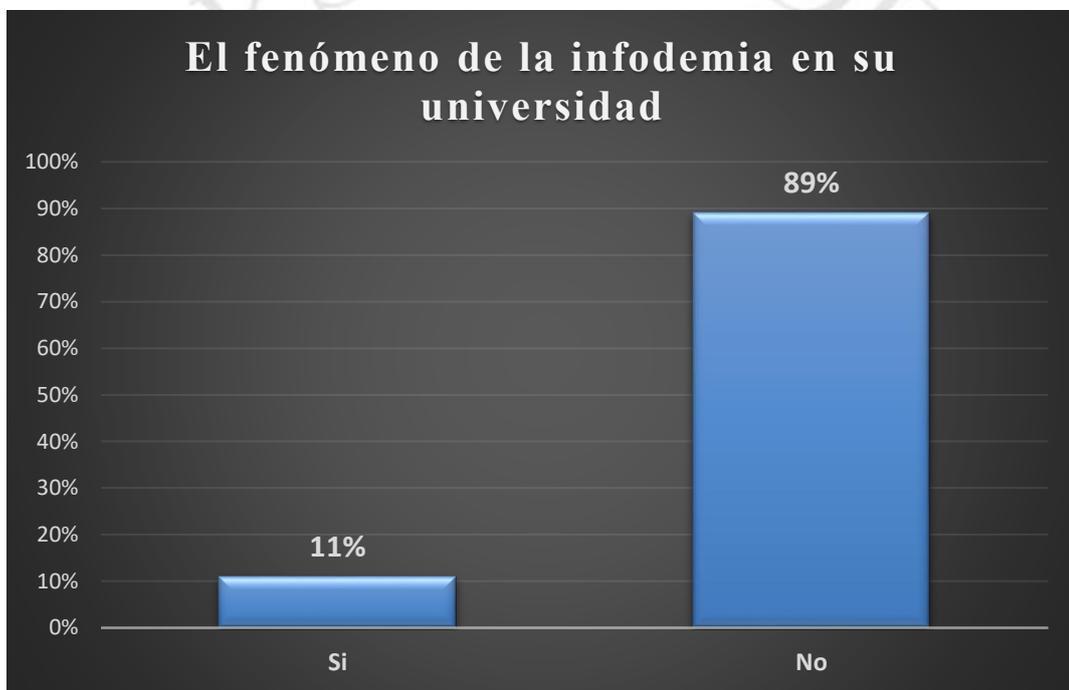
Figura 11.- Sobre el fenómeno de la infodemia

Interpretación: En la tabla y figura 11, se observa que el 83% de los estudiantes encuestados no ha oído hablar sobre el fenómeno de la infodemia, mientras que un 17% sí lo ha escuchado.

Tabla 12.- El fenómeno de la infodemia en su universidad

Cuadro N°12 ¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	22	11,0%	11,0%
	No	178	89,0%	89,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 12.- El fenómeno de la infodemia en su universidad

Interpretación: En la tabla y figura 12, se observa que a un 89% de los encuestados no les mencionaron sobre la infodemia en la universidad, mientras que el 11% del total sí.

Tabla 13.- Recepción de información específica sobre el fenómeno de la infodemia

Cuadro N°13 ¿Usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	27	13,5%	13,5%
	No	173	86,5%	86,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 13.- Recepción de información específica sobre el fenómeno de la infodemia

Interpretación: En la tabla y figura 13, se observa que el 86,5% de los estudiantes encuestados no recibió información sobre el fenómeno de la infodemia, mientras que un 13,5% sí la recibió.

Tabla 14.- Relación de la infodemia con la sobrecarga de la información

Cuadro N°14 ¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	110	55,0%	55,0%
	No	90	45,0%	45,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 14.- Relación de la infodemia con la sobrecarga de la información

Interpretación: En la tabla y figura 14, se aprecia que el 55% de los encuestados considera que la infodemia guarda relación con la sobrecarga informativa, mientras que un 45% considera que no.

Tabla 15.- La infodemia como propagador de los rumores, datos falsos o mentiras

Cuadro N°15 ¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	113	56,5%	56,5%
	No	87	43,5%	43,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

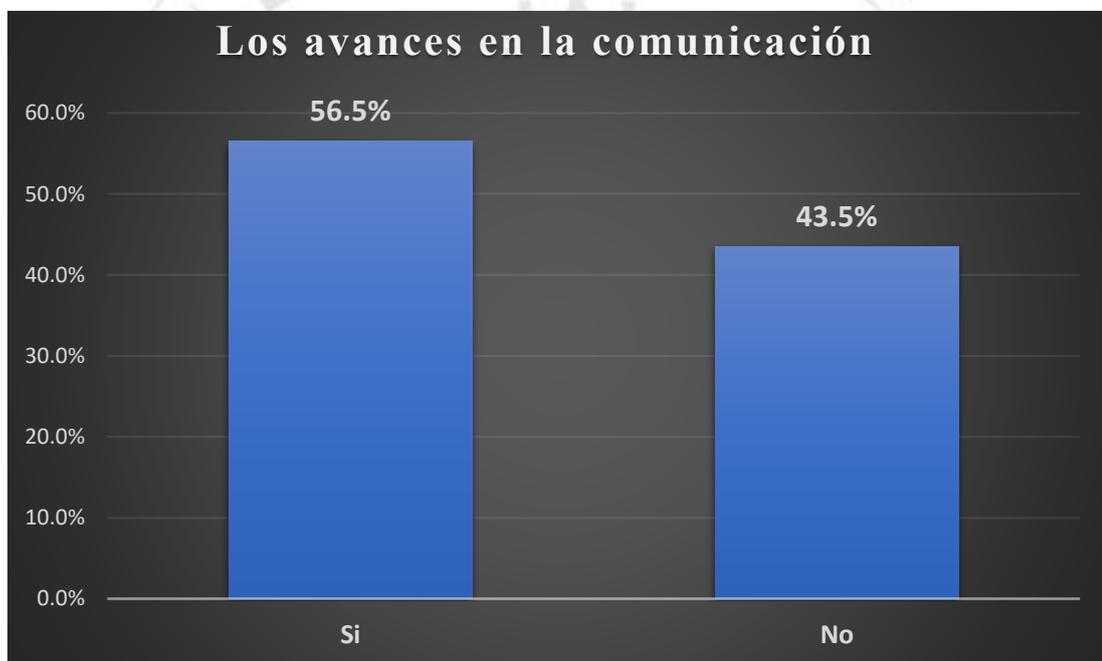
Figura 15.- La infodemia como propagador de los rumores, datos falsos o mentiras

Interpretación: En la tabla y figura 15, se aprecia que el 56,5% de los encuestados considera que la infodemia es propagadora de rumores, datos falsos o mentiras, mientras que un 43,5% considera que no.

Tabla 16.- Relación de los avances en la comunicación con el fenómeno de la infodemia

Cuadro N°16 ¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	113	56,5%	56,5%
	No	87	43,5%	43,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 16.- Relación de los avances en la comunicación con el fenómeno de la infodemia

Interpretación: En la tabla y figura 16, se aprecia que el 56,5% de los encuestados considera que los avances en la comunicación tienen relación con la infodemia. Por otro lado, el 43,5% considera lo contrario.

Tabla 17.- Conocimiento de la desinformación

Cuadro N°17 ¿Usted sabe qué es la desinformación?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	198	99,0%	99,0%
	No	2	1,0%	1,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

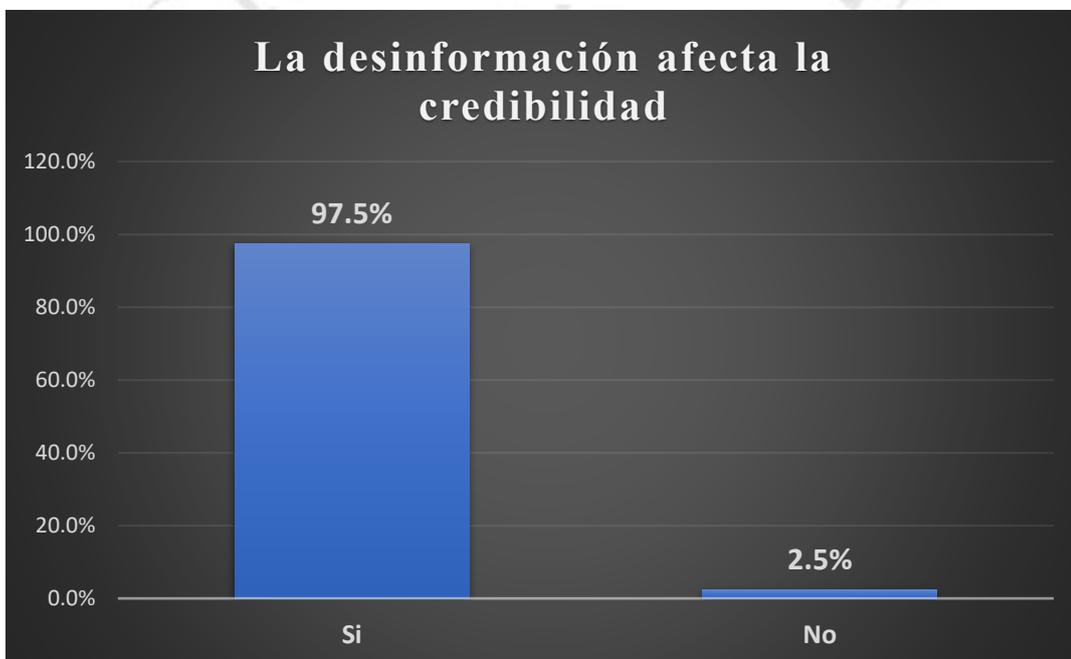
Figura 17.- Conocimiento de la desinformación

Interpretación: En la tabla y figura 17, se observa que un 99% de los encuestados sabe lo que es la desinformación, mientras que un 1% no lo sabe.

Tabla 18.- La desinformación como factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación

Cuadro N°18 ¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	195	97,5%	97,5%
	No	5	2,5%	2,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 18.- La desinformación como factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación

Interpretación: En la tabla y figura 18, se observa que un 97,5% de los encuestados sí considera que la desinformación es un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación, mientras que un 2,5% considera que no.

Tabla 19.- Recepción de medidas de prevención o alerta contra la desinformación

Cuadro N°19 ¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	169	84,5%	84,5%
	No	31	15,5%	15,5%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 19.- Recepción de medidas de prevención o alerta contra la desinformación

Interpretación: En la tabla y figura 19, se observa que un 84,5% del total ha recibido medidas de prevención contra la desinformación, mientras que un 15,5% no.

Tabla 20.- Relación de la desinformación con el fenómeno de la infodemia

Cuadro N°20 ¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	164	82,0%	82,0%
	No	36	18,0%	18,0%
	Total	200	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

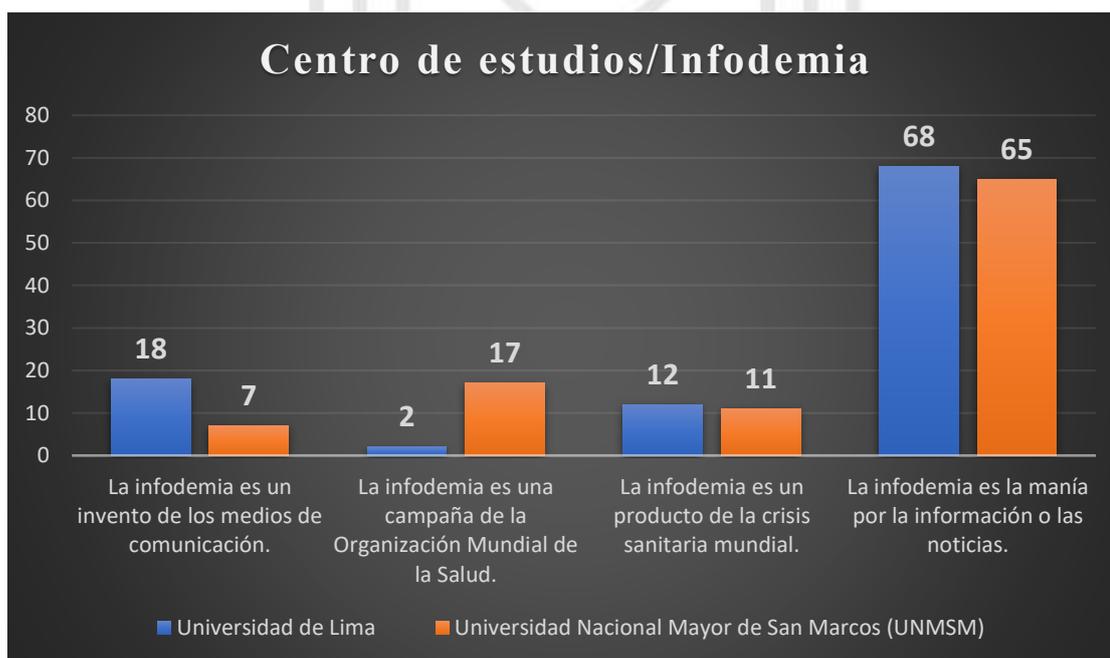
Figura 20.- Relación de la desinformación con el fenómeno de la infodemia

Interpretación: En la tabla y figura 20, se observa que un 82% de los estudiantes encuestados considera que la desinformación sí guarda relación con la infodemia, mientras que un 18% considera que no.

Tabla 21.- Tabla cruzada / Centro de estudio - ‘Infodemia’

Cuadro N°21 Tabla cruzada Centro de estudios* Cuando usted escucha ‘infodemia’, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?						
		Cuando usted escucha ‘infodemia’, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?				Total
		La infodemia es un invento de los medios de comunicación.	La infodemia es una campaña de la Organización Mundial de la Salud.	La infodemia es un producto de la crisis sanitaria mundial.	La infodemia es la manía por la información o las noticias.	
Centro de estudios	Universidad de Lima	18	2	12	68	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	7	17	11	65	100
Total		25	19	23	133	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

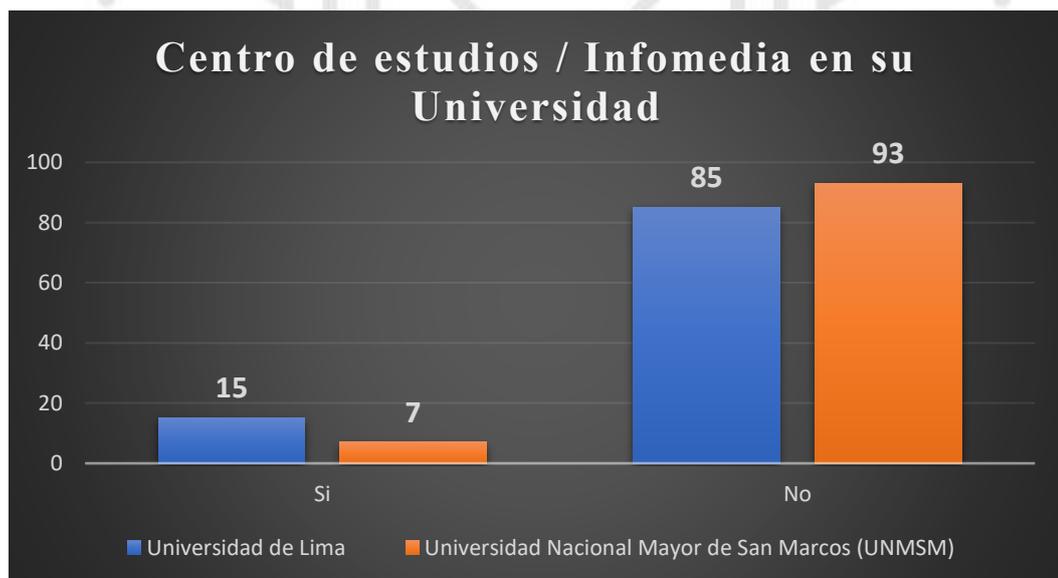
Figura 21.- Tabla cruzada / Centro de estudio - ‘Infodemia’

Interpretación: En la tabla y figura 21, se aprecia que la mayoría de los alumnos de la Universidad de Lima y la UNMSM considera que ‘la infodemia es la manía por la información o las noticias’, con 68 y 65 respectivamente.

Tabla 22.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad?

Cuadro N°22 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad?				
		¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	15	85	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	7	93	100
Total		22	178	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

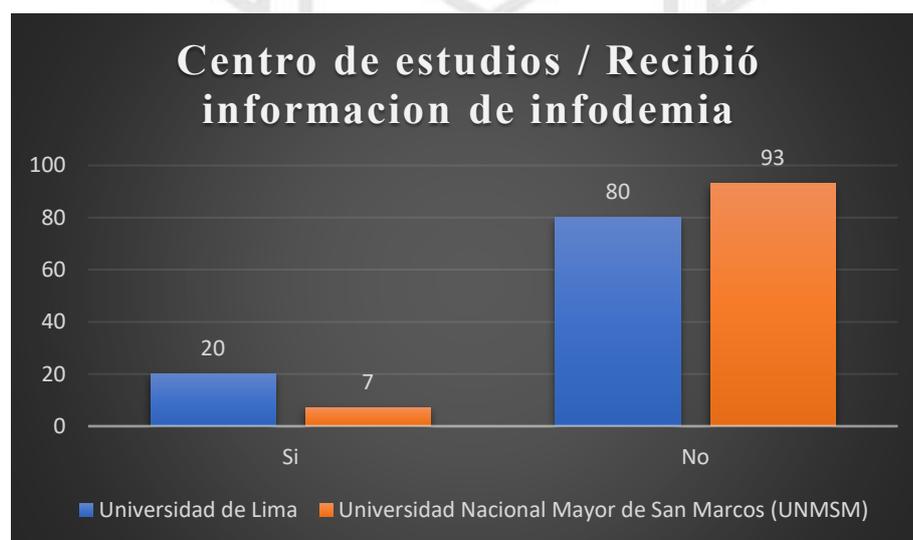
Figura 22.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad

Interpretación: En la tabla y figura 22, se aprecia que la mayoría de los alumnos de la Universidad de Lima y la UNMSM no les han mencionado sobre el fenómeno de la infodemia en la universidad, con 85 y 93 respectivamente.

Tabla 23.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?

Cuadro N°23 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?				
		¿Usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	20	80	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	7	93	100
Total		27	173	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

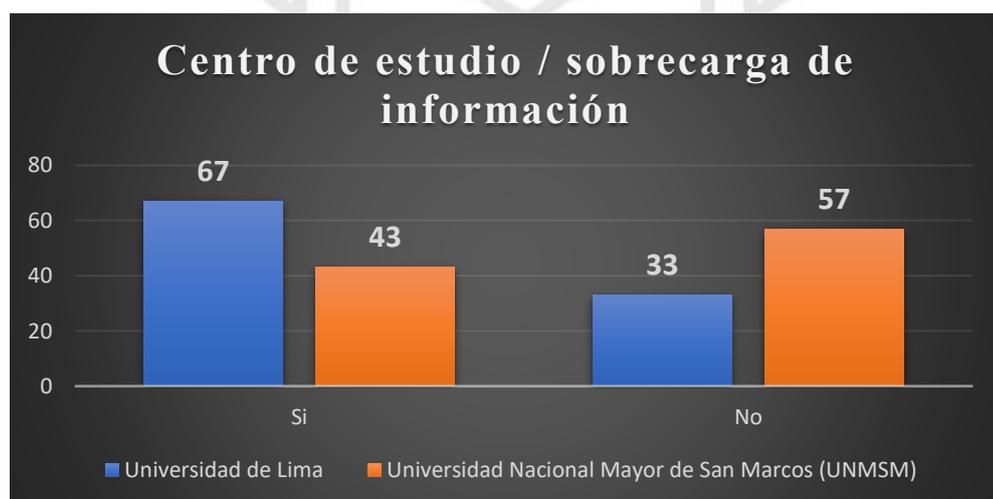
Figura 23.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?

Interpretación: En la tabla y figura 23, se observa que la mayoría de los alumnos de la Universidad de Lima y la UNMSM no recibió información relacionada con la infodemia, con 80 y 93 respectivamente.

Tabla 24.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?

Cuadro N°24 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?				
		¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	67	33	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	43	57	100
Total		110	90	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 24.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?

Interpretación: En la tabla y figura 24, se observa que 67 estudiantes de la Universidad de Lima sí consideran que la sobrecarga informativa está relacionada con la infodemia, mientras que 57 de la UNMSM considera que no guardan relación.

Tabla 25.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?

Cuadro N°25 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?				
		¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	71	29	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	42	58	100
Total		113	87	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

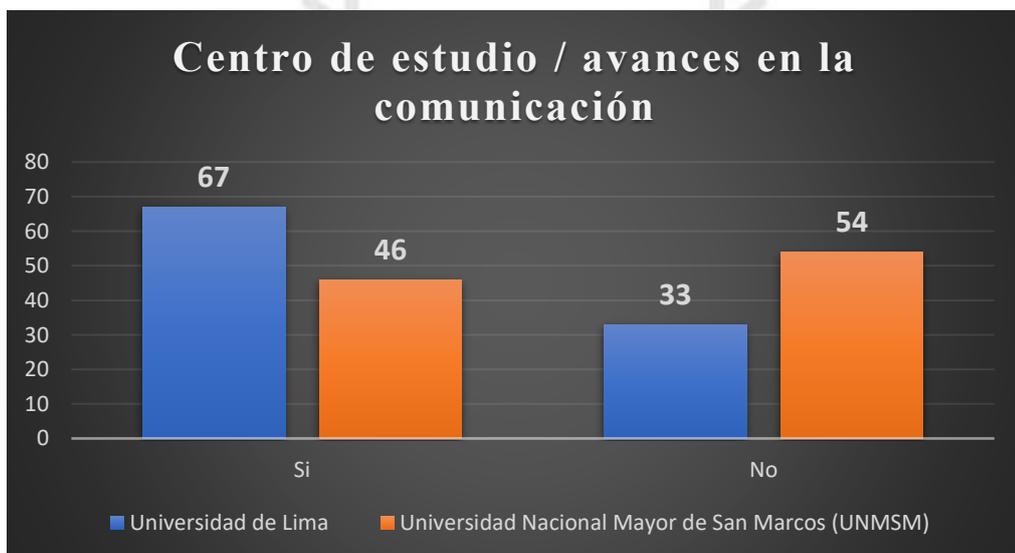
Gráfico 25.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?

Interpretación: En la tabla y figura 25, se observa que 71 estudiantes de la Universidad de Lima sí consideran que la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras, mientras que 42 opinan de la misma manera en la UNMSM.

Tabla 26: Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?

Cuadro N°26 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?				
		¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	67	33	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	46	54	100
Total		113	87	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

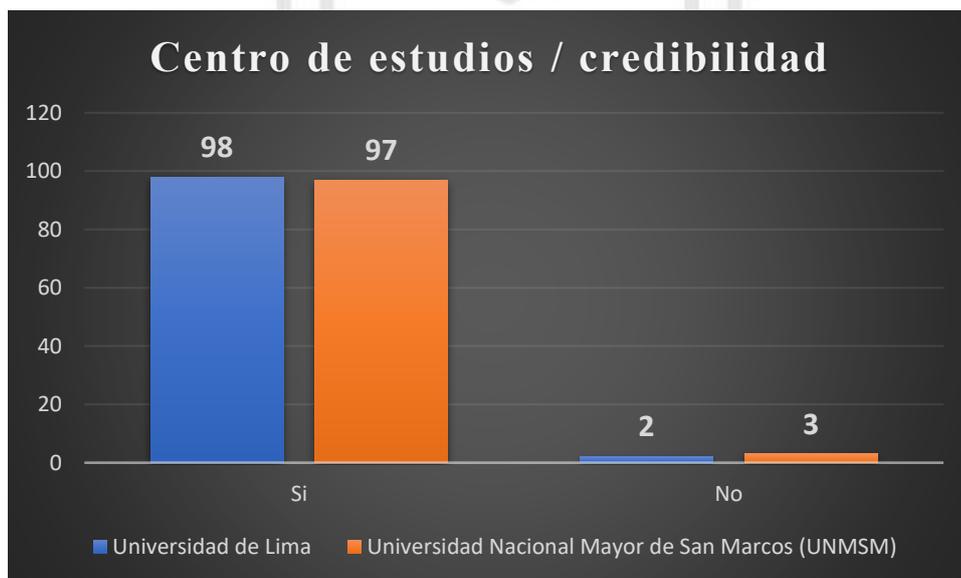
Gráfico 26: Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?

Interpretación: En la tabla y figura 26, se observa que 67 estudiantes de la Universidad de Lima sí consideran que los avances en la comunicación tienen relación con el fenómeno de la infodemia, mientras que en la UNMSM opinan igual con una cifra de 46 alumnos.

Tabla 27.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?

Cuadro N°27 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?				
		¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	98	2	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	97	3	100
Total		195	5	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

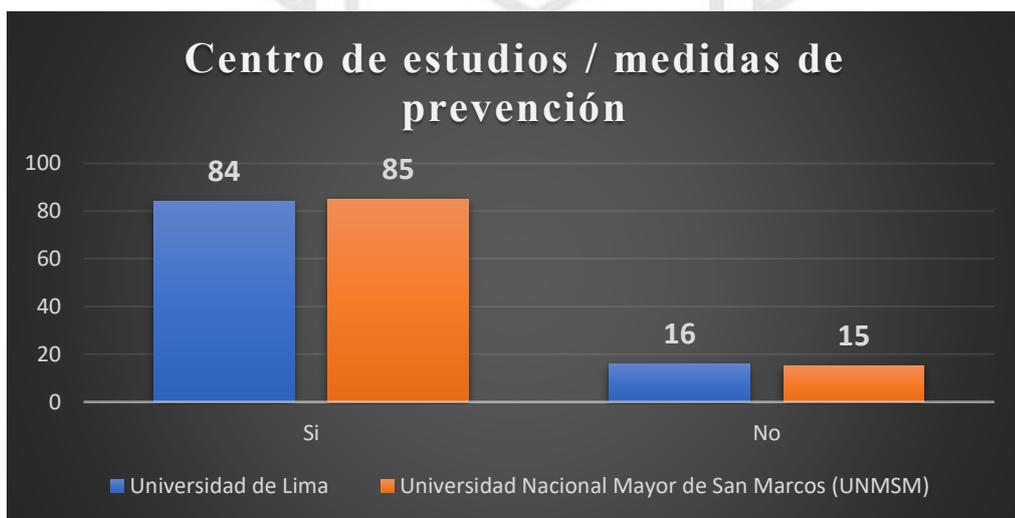
Gráfico 27.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?

Interpretación: En la tabla y figura 27, se observa que la mayoría de los alumnos de la Universidad de Lima y la UNMSM considera que la desinformación es un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación, con 98 y 97 respectivamente.

Tabla 28.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?

Cuadro N° 28 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?				
		¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	84	16	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	85	15	100
Total		169	31	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

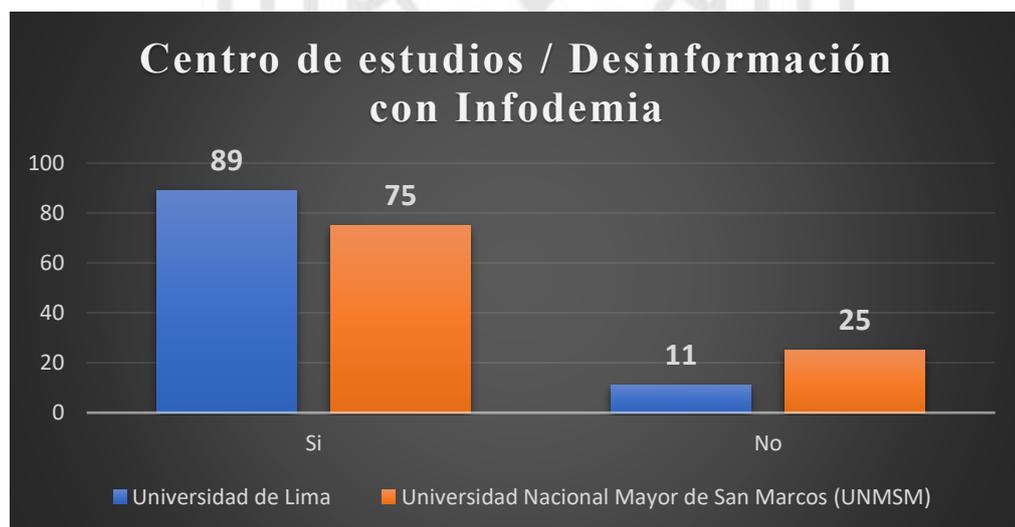
Gráfico 28.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?

Interpretación: En la tabla y figura 28, se observa que la mayoría de los alumnos de la Universidad de Lima y la UNMSM sí han recibido medidas de prevención contra la desinformación, con 84 y 85 respectivamente.

Tabla 29.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?

Cuadro N°29 Tabla cruzada Centro de estudios* ¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?				
		¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?		Total
		Si	No	
Centro de estudios	Universidad de Lima	89	11	100
	Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)	75	25	100
Total		164	36	200

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 29.- Tabla cruzada / Centro de estudios - ¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?

Interpretación: En la tabla y figura 29, se observa que la mayoría de los alumnos de la Universidad de Lima y la UNMSM sí está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia, con 89 y 75 respectivamente.



DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicación de dos universidades, una pública y una privada, sobre el fenómeno de la infodemia que surge en la pandemia por COVID-19, Lima-2023, en donde se evaluó mediante una encuesta a todos los estudiantes que participaron en el estudio y respondieron a cada pregunta planteada referente a conocimiento general de comunicación e información, nivel de conocimiento sobre la infodemia y el concepto de la desinformación que cada uno de los estudiantes presentó.

En cuanto a los datos obtenidos en los primeros gráficos, tenemos a 100 estudiantes que corresponden a ambas universidades (Detallado en la tabla 3), las cuales se encuentran en distintos rangos de edades (Detallado en la tabla 1). Por otro lado, la mayoría de los encuestados fue de género femenino (Detallado en la tabla 2) a diferencia del masculino (Detallado en la tabla 2). Con respecto a los medios de comunicación empleados para informarse, la mayoría eligió las redes sociales (Detallado en la tabla 4) por encima de la internet, la televisión, seguido por los periódicos y finalmente la radio (Detallado en la tabla 4).

De igual manera, encontramos resultados de conocimiento general que nos ponen en contexto el conocimiento de la información y comunicación que tienen los universitarios encuestados, como los criterios más importantes al elegir la información, siendo la de mayor cantidad las fuentes (Detallado en la tabla 5) a diferencia de la comprensión lectora (Detallado en la tabla 5). Asimismo, el total de los 200 alumnos encuestados sí noto un aumento del flujo informativo en los medios de comunicación durante la pandemia (Detallado en la tabla 6), siendo las redes sociales en donde la mayoría percibió ese incremento (Detallado en la tabla 7) por encima de la televisión, los periódicos, la internet y, por último, la radio (Detallado en la tabla 7). Con respecto a la dependencia hacia los medios de comunicación para informarse, un mayor número de los alumnos afirmó que sí a diferencia de los que no recurren a ellos (Detallado en la tabla 8). En cuanto a la preferencia por los medios digitales o tradicionales, la mayoría de los alumnos escogió la primera en lugar de la segunda (Detallado en la tabla 9).

A continuación, veremos las discusiones sobre los resultados de los gráficos 21 al 29.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el gráfico 21, con base en la pregunta “¿qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha infodemia?”, podemos observar que los alumnos de comunicación de la Universidad de Lima tienen un mayor nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia al elegir la opción que la define como ‘un producto de la crisis sanitaria’, siendo esta la opción correcta de las cuatro. Fueron 12 alumnos de la ULIMA y 11 alumnos de la UNMSM, dando un total de 11,5% entre ambas instituciones. Por otro lado, la mayoría de los estudiantes de la Universidad de Lima y la UNMSM eligió la opción de ‘manía por la información’ con 68 y 65 alumnos respectivamente, seguido de ‘un invento de los medios de comunicación’ y en la cuarta opción ‘una campaña de la OMS’, siendo estas tres últimas opciones incorrectas según la definición de la infodemia establecida por la OMS.

En los resultados del gráfico 22, sobre la pregunta “¿le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en su universidad?”, se aprecia un mayor número de los alumnos encuestados de la Universidad de Lima a quienes sí les han mencionado sobre este fenómeno con 15 alumnos. En el caso de la UNMSM fueron 7 alumnos, constituyendo entre ambas un 11% del total. Por otro lado, los alumnos que no han sido informados en la universidad componen un 89% de los encuestados. Los siguientes estudios están a favor de estos resultados: Bermeo et al., (2018) y Arroyo et al., (2020). El primero menciona que todo conocimiento surge del nexo entre el sujeto que conoce y el objeto conocido, en donde a las personas se les presenta la realidad de las cosas para que puedan absorberlas. En el segundo, los resultados indican que los efectos nocivos de la infodemia continúan incluso después del final de la pandemia de COVID-19, debido a los daños a nivel político, social, económico y de salud pública.

En el gráfico 23, sobre la pregunta “¿usted ha recibido información específica sobre el fenómeno de la infodemia?”, se observó que 20 alumnos de la Universidad de Lima y 7 alumnos de la UNMSM sí han sido informados, siendo un 13,5% de los encuestados. Por el contrario, quienes no han recibido información conforman un 86,5%, del total, con 80 y 93 alumnos, respectivamente. Un estudio que está a favor de lo mismo es el siguiente: Sánchez et al., (2020) aborda la problemática de la desinformación a partir del análisis

de situaciones informacionales durante la pandemia de la COVID-19, señalando que la propagación global de la pandemia muestra cuán vulnerables son las personas ante la infodemia. De acuerdo con el documento del Módulo 1, la comunicación de riesgos para la salud es un importante medio de información para prevenir y mitigar las consecuencias negativas asociadas con crisis como la pandemia.

En el gráfico 24, sobre la pregunta: ¿usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de la información?, podemos observar que un 55% afirma que sí existe un vínculo entre la infodemia y la sobrecarga informativa con 67 alumnos de la ULIMA y 43 alumnos de la UNMSM. Por otro lado, un 45% del total de encuestados consideran que no existe dicha relación. Los estudios que están a favor de lo mismo son los siguientes: Álvarez et al., (2020) y Vossoughi et al., (2018). El primero en sus hallazgos sugiere que el bajo nivel de alfabetización y las personas con más tiempo libre debido al confinamiento pueden haber contribuido al aumento de la infodemia, mientras que el segundo sugiere que la información errónea viaja "más lejos y más rápido" que la información fáctica. Según la OMS, esta situación de sobrecarga informativa los ha llevado a alertar sobre los peligros de la propagación de rumores, bulos y datos falsos, dando lugar a la denominada "infodemia".

En los resultados del gráfico 25, sobre la pregunta "¿usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?", podemos apreciar que 71 alumnos de la ULIMA poseen un mayor nivel de conocimiento de la infodemia al considerar que este fenómeno sí actúa como propagador, mientras que en la UNMSM fueron 42 alumnos, dando un total de 56,5% entre ambas instituciones. Por otro lado, los estudiantes que eligieron 'no' conforman un 43,5%. Los estudios que apoyan lo mismo son los siguientes: Espinoza et al., (2022) y Aguado y Bernaola (2020). El primero sugiere que el bajo conocimiento de las noticias falsas, la falta de programas de alfabetización digital y los desafíos en el manejo de la pandemia son factores que han contribuido al desarrollo de la infodemia; mientras que el segundo señala una experiencia previa de propagación de desinformación, como la alteración informativa causada por la crisis del ébola de 2014.

En los resultados del gráfico 26, sobre la pregunta “¿usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?”, podemos apreciar que los alumnos de la ULIMA sí creen que los avances en la comunicación tienen relación con el fenómeno de la infodemia con una cifra de 67 alumnos y en el caso de la UNMSM alcanzaron una cifra de 46 alumnos, siendo un 56,5% del total. Por el contrario, quienes no consideran que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia alcanzan un 43,5%. La teoría subyacente detrás de estos hallazgos es la teoría de la difusión de la innovación, que tiene como objetivo explicar cómo, por qué y a qué velocidad las ideas y tecnologías se propagan a través de culturas o sociedades durante períodos específicos de la historia. Según la OMS, en la era de la información este fenómeno es amplificado por las redes sociales y se propaga cada vez más rápido como si fuera un virus.

En el gráfico 27, sobre la pregunta “¿usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?”, se observa que los alumnos de la ULIMA consideran que sí es un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación con una cifra de 98 alumnos, mientras que en la UNMSM alcanza un número de 97 alumnos, siendo entre ambos un 97,5% del total. Solo un 2.5% de todos los encuestados consideran que la desinformación no altera la credibilidad. Un estudio de Mheidly y Fares (2020) apoya la misma idea al señalar que los medios de comunicación son un canal para difundir la educación en salud, mejorar la respuesta pública a la pandemia y la comunicación entre gobiernos, instituciones y ciudadanos. Según el documento de la OMS, uno de los objetivos de la comunicación de riesgos es generar credibilidad y confianza, las cuales deben ser fortalecidas y mantenidas para que la información sea tomada en serio y atendida por las personas.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el gráfico 28, con base en la pregunta “¿usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?”, podemos apreciar que la mayoría de los alumnos de la UNMSM tienen mayor conocimiento en medidas de prevención o alerta contra la desinformación, debido a que 85 alumnos señalan que sí han recibido información para contrarrestar la desinformación. En el caso de las ULIMA fueron 84 alumnos quienes sí recibieron advertencias sobre la circulación de la desinformación en los medios de comunicación, conformando un 84,5% entre ambas

instituciones. Por otro lado, las cifras de los encuestados que no han recibido medidas de prevención alcanzan el 15,5% del total de los alumnos. Un estudio que respalda lo mismo es el de Hasan Ashrafi-rizi, Z. (2020), el cual indica que el rol de los medios de comunicación es promover el nivel de conocimiento de la desinformación mediante la participación de expertos en salud y la alfabetización mediática saludable.

En los resultados del gráfico 29, sobre la pregunta “¿usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?”, podemos observar que 89 alumnos de la ULIMA sí están de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia, mientras que en la UNMSM son 75 alumnos quienes consideran lo mismo, conformando un 82% entre ambas universidades. Por el contrario, un 18% del total no creen que exista ese vínculo. Los estudios que apoyan lo mismo son los siguientes: Mendoza-Cedeño (2018) y Sánchez-Reina, J. y González-Lara, E. (2022). La primera establece que el manejo de la información es un proceso dinámico e inevitable porque está en constante movimiento y si cae en malas manos puede tener graves consecuencias para el propietario y receptor de la información. El segundo señala que sus hallazgos mostraban las críticas de los participantes a los medios, la conciencia de los adultos sobre la infodemia y el nivel de bienestar social y emocional de los jóvenes.

Los resultados obtenidos sobre los objetivos planteados demostraron que los alumnos de comunicación de la Universidad de Lima marcaron una mayor cantidad de alternativas correctas con respecto de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, lo cual se ve reflejado en los gráficos del 21 al 26, los cuales incluyen preguntas sobre el fenómeno de la infodemia, evidencian que el mayor número de alumnos que eligieron las opciones correctas corresponden a la ULIMA. En cuanto a las respuestas del gráfico 27 al 29, sobre la desinformación y su vínculo con la infodemia, también obtuvo un mayor número de alumnos de la ULIMA. Estos resultados responden a los planteamientos propuestos en este trabajo de investigación, el cual busca identificar el nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia por parte de alumnos universitarios de la carrera de comunicación, los cuales, si bien poseen un cierto nivel de conocimiento, la mayoría del total de encuestados no posee información importante que permita identificarla o saber más de este fenómeno. Los resultados guardan semejanza con el trabajo de Álvarez et al., (2020) al señalar que urge la necesidad de centrarse en

“infodemias” que pueden ser tan perjudiciales como una epidemia real. De igual manera, Arroyo-Sánchez, A. et al. (2020) señala que la actividad y el daño que genera la infodemia puede persistir más allá del control de la COVID-19, por lo que las autoridades y especialistas en salud pública deben planificar sistemas de identificación, seguimiento y control de la información. Por último, Sánchez, A. et al. (2020) señala que la pandemia, en un contexto informacional y tecnológico superior, ha superado con creces el número de teorías alternativas y su propagación a través de las redes sociales, sobre aspectos tan sensibles como la naturaleza de su origen, la efectividad de los tratamientos, entre otras.

Limitaciones y reflexiones

Entre las limitaciones que se hallaron en el presente trabajo de investigación, se evidenciaron contradicciones que se obtuvieron en las respuestas marcadas entre el concepto de infodemia y el conocimiento de la desinformación, por parte de los alumnos participantes del instrumento de investigación. No obstante, el proyecto de investigación es de alcance descriptivo, por lo que no se iban a interpretar los resultados obtenidos en la encuesta de evaluación. No se ahondó más en los resultados debido a que me limité a describir la información recopilada; sin embargo, se procedió a realizar un análisis en donde se sistematizó sobre el tema de la infodemia junto con los resultados obtenidos de las encuestas.

En la búsqueda bibliográfica me encontré con trabajos que no tenían el mismo enfoque o de similitud con mi propuesta de investigación en general. Sobre el interés por el tema, todo comenzó a raíz de la sugerencia en el tema de investigación por parte de mi asesora, en donde posteriormente identifiqué una problemática y procedí a plasmarla. Un reto fue que había demasiada información respecto al tema de investigación, pero logré resumirla para este proyecto.

Los resultados del presente trabajo de investigación están sujetos a los objetivos y la discusión está sujeta a mis antecedentes teóricos, contrastados con mis hallazgos. A su vez, el instrumento empleado fue verificado y basado en las bases teóricas, las cuales se encuentran redactadas en el proyecto de investigación.

Como reflexión personal, los resultados obtenidos en el instrumento de investigación podrían haberse visto afectados por una serie de factores externos al proceso de medición y descripción de estos, debido al período de tiempo en que se realizó la metodología y el posterior desarrollo de los resultados, marcados por un contexto social convulsionado por las protestas y las inclemencias climáticas durante el primer trimestre del año 2023. Por otra parte, un elemento muy importante a considerar para contrarrestar los efectos perjudiciales del fenómeno de la infodemia, el cual también es mencionado por los autores citados en el presente trabajo, es la implementación de la alfabetización digital, cuya función consiste en brindar las herramientas necesarias a las personas de tal manera que les permita identificar la información y discernir entre lo verdadero y lo falso que pueda circular a través de los medios de comunicación, principalmente en las redes sociales.

Análisis de la investigación

En base a los resultados obtenidos en el instrumento de investigación, los antecedentes citados y las bases teóricas empleadas en el proyecto, podemos evidenciar que los estudiantes de comunicación de ambas escuelas universitarias respondieron en menor medida de manera correcta las preguntas relacionadas con el fenómeno de la infodemia, debido a que la mayoría de los alumnos relacionaban más este concepto con “la manía por la información o las noticias” o “un invento de los medios de comunicación”. Etimológicamente, la palabra ‘infodemia’ deriva de los términos ‘epidemia’ e ‘información’, siendo denominada como la ‘epidemia de la información’ por parte de la OMS, organismo que fue el encargado de anunciar a los medios de comunicación que, a la par de la aparición de la pandemia por COVID-19, surgía al mismo tiempo el fenómeno de la infodemia, el cual provocó un aumento en la cantidad de información.

Esto demuestra que los alumnos que participaron del proyecto no tenían mucha información al respecto de este fenómeno o el conocimiento necesario para responder de manera afirmativa, el cual también quedó evidenciado debido a que la mayoría de estudiantes de la ULIMA y la UNMSM no les han mencionado sobre la infodemia en sus respectivas casas de estudio, además de no haber recibido información u orientación referente a este fenómeno para estar prevenidos de los efectos que este pueda ocasionar, sobre todo en medio de un contexto de crisis como una pandemia. Así como lo menciona

Espinoza-Portilla, et al (2022) en su trabajo de investigación, en donde señala que la falta de conocimiento en las noticias falsas, además de la escasez en programas de alfabetización digital y los problemas en la gestión de la pandemia son elementos que han contribuido con el desarrollo y expansión de la infodemia.

A partir de lo anterior, frente a una situación en donde la sobrecarga informativa, una de las consecuencias negativas de la infodemia, ha alterado la forma en cómo se obtienen las fuentes confiables, la orientación fidedigna e incluso influyendo en la toma de decisiones, resulta entonces imprescindible brindar la información, los fundamentos y las herramientas necesarias para que, tanto a nivel personal como de manera general para la sociedad, se obtenga la capacidad de poder discernir de una fuente verdadera de una falsa que pueda circular en los medios de comunicación. Los autores Alvarez-Risco y Arroyo-Sánchez mencionan en sus respectivos trabajos de investigación que las personas con bajas tasas de alfabetización, alimentado por el incremento del tiempo libre, el aumento en el acceso tecnológico de los últimos años y el confinamiento durante el período de pandemia, son las que se encuentran más vulnerables y expuestas hacia este exceso de información, cayendo en un círculo vicioso de noticias falsas, en donde son guiados por datos carentes de sustentación científica, artículos no comprobados, informes alterados o tergiversados, incluso mentiras que podrían afectar la capacidad de comprensión del contexto en medio de una situación tan complicada, como la pandemia por COVID-19. Asimismo, los autores señalan que los efectos nocivos pueden perdurar más allá del control de la pandemia, a causa de los daños en los ámbitos político, social, económico y de salud pública, siendo este último uno de suma importancia debido a la información que circuló a través de los medios de comunicación en relación al tratamiento del virus COVID-19, así como los métodos alternativos de curación, los reportes del número de contagiados y fallecidos a nivel nacional en Perú, el confinamiento y el uso de las mascarillas, además del dudoso origen y efecto de las vacunas.

Es por ello que resulta importante hacer énfasis en considerar, a partir de lo expuesto por estos autores y los resultados obtenidos en la encuesta, que para contrarrestar estos efectos negativos ocasionados por el fenómeno de la infodemia es importante implementar y generar en mayor medida una alfabetización digital, cuya finalidad consiste en poder otorgar el conocimiento necesario y las herramientas adecuadas a las personas, y a la sociedad en general, de tal modo que se les permita generar un criterio

propio para poder identificar la información que consumen a través de los medios de comunicación y diferenciar las fuentes e información verdadera de la falsa a la que son expuestos, principalmente en las redes sociales al ser este el medio de comunicación más empleado por los alumnos de ambas universidades que participaron en la encuesta de investigación. El autor Hasan Ashrafi-rizi (2020) en su trabajo de investigación señala que una de las funciones más importantes de los medios de comunicación es enfatizar la alfabetización mediática saludable, mediante la participación de expertos en salud, de tal manera que se permita empoderar a los usuarios de la tecnología a través del aprendizaje continuo y adquisición de conocimientos acerca de las funciones de los medios de comunicación, de tal manera que se logre erradicar los efectos de este ‘cáncer’ de la desinformación que se ha difundido a gran velocidad por consecuencia de la infodemia.

En adición a lo anterior, esto se refuerza con las respuestas marcadas por los alumnos participantes de la ULIMA y la UNMSM, en donde la mayoría considera que los avances en la comunicación guardan relación con el fenómeno de la infodemia y que la desinformación es un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación. El acceso a internet y el uso de los dispositivos tecnológicos ha aumentado en los últimos años, sumado a un contexto informacional y tecnológico superior a otras épocas, además del confinamiento y aumento del tiempo libre provocados por la pandemia, han desencadenado una oleada de ambigüedad informativa, superando con creces el número de teorías alternativas que han surgido y propagado a través de los medios de comunicación, en su mayoría a través de las redes sociales.

En medio de un escenario como este, es cuando surge a su vez una crisis de confianza sobre quienes son los que presentan y manejan la información que circula en las diferentes plataformas, haciendo que las personas tengan dificultades para elegir qué es lo que realmente deben considerar como válido, qué información puede permitir orientarme mejor o qué fuente puede ser de utilidad. Así lo mencionan Mheidy y Fares (2020), cuyo trabajo de investigación buscó “explorar las formas prácticas de aprovechar las estrategias de comunicación de salud para superar las implicaciones de la infodemia de COVID-19”, en donde se evidenció que los medios de comunicación son “un canal para la difusión de la educación en salud, un nexo entre gobiernos, instituciones y personas, en donde se permita generar una mejor respuesta pública frente a situaciones de crisis como la pandemia”, guardando relación con la comunicación de riesgos, un proceso

interactivo por el cual se intercambia la información y opiniones entre individuos, grupos e instituciones para la gestión del riesgo. De acuerdo con la OMS, surge con la finalidad de suministrar la información verídica que permita tomar las mejores decisiones para el bienestar propio ante una situación de crisis.

Finalmente, los resultados han demostrado que la mayoría de los alumnos participantes de la investigación sí han recibido medidas de prevención y alerta contra la desinformación, lo cual resulta ser positivo para el propósito de este trabajo de investigación, evidenciando que la mayoría de los alumnos de ambas universidades tienen la capacidad y los instrumentos necesarios para poder identificar la información cuyas fuentes sean de carácter dubitativo o sin un sustento que avale dicha información. Así lo menciona Mendoza-Cedeño (2018), en donde se debe de tener cuidado con respecto al manejo de la información, enfatizando las consecuencias que podría ocasionar la desinformación o la tergiversación de los datos que circulan en el internet, sabiendo elegir qué compartir y qué no, considerando además la velocidad en que se mueven las ideas a través de los medios de comunicación. No obstante, resulta importante agregar que, además de los esfuerzos por orientar e informar sobre la desinformación, es necesario poder brindar una orientación informativa sobre el fenómeno de la infodemia y sus repercusiones, debido a que este abarca más allá de la desinformación, los fake news, la posverdad, la tergiversación y demás, para lo cual es importante también priorizar en generar una mayor cultura de alfabetización digital en la sociedad.

CONCLUSIONES

A continuación, veremos las conclusiones de acuerdo con los resultados.

- El empleo del instrumento de investigación cumplió con el propósito en la recolección de datos sobre el nivel de conocimiento del fenómeno de la infodemia, así como el conocimiento sobre las estrategias de comunicación, la gestión de la información y el concepto de desinformación, dado que se logró identificar qué tanto conocen los alumnos de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos sobre estos conceptos de estudio.
- Los resultados muestran que los alumnos de comunicaciones de ambas instituciones que participaron en la encuesta de investigación han demostrado que poseen un conocimiento muy limitado sobre el fenómeno de la infodemia, debido a que las respuestas de la mayoría demostraron que no conocen la definición del concepto y sus efectos nocivos, además de las inconsistencias que se evidenciaron con respecto a algunas de las preguntas planteadas en el estudio.
- Los resultados han evidenciado que la mayoría de los alumnos universitarios que formaron parte de la encuesta no han recibido medidas de prevención o alerta frente al fenómeno de la infodemia, por lo que es importante resaltar la importancia de generar orientaciones con respecto a este fenómeno y sus consecuencias, como la sobrecarga informativa, a la par de una mayor alfabetización digital, de modo que se brinden las herramientas necesarias para reducir los efectos de la infodemia.
- Los resultados demuestran que la mayoría de los alumnos de ambas casas de estudio consideran que los avances en los medios de comunicación guardan relación con el incremento de la infodemia, la cual ha tenido mayor circulación y rapidez de propagación a través de las redes sociales, siendo este el medio de comunicación más empleado por los alumnos encuestados.

- De acuerdo con los resultados obtenidos, los alumnos de comunicaciones de ambas universidades poseen un determinado nivel de conocimiento sobre la desinformación, debido a que la mayoría de los encuestados afirma haber recibido medidas de prevención y alerta frente a ello. Sin embargo, es importante resaltar la importancia que se debe tener también para brindar medidas de prevención ante una situación de crisis en comunicación como la que ha ocasionado la infodemia que surge durante la pandemia por COVID-19.



RECOMENDACIONES

- Considerando la importancia del tema abordado y en función de los resultados obtenidos, se sugiere que, tanto para el personal educativo como a los alumnos de comunicaciones y a la comunidad universitaria en general, se invita a que a futuro se desarrollen estudios sobre el fenómeno de la infodemia, además de los conceptos de estrategias de comunicación, la gestión de la información y el concepto de desinformación, con la finalidad de contribuir cada vez más en los conocimientos con respecto a este fenómeno que surge producto de la pandemia por COVID-19.
- Se aconseja que a futuro se realicen investigaciones acerca del fenómeno de la infodemia y los factores que puedan influir en los estudiantes universitarios, de tal forma que se permitan esclarecer las dudas o vacíos que puedan existir sobre la infodemia y las consecuencias negativas que pueda generar a corto y mediano plazo.
- Se aconseja implementar más espacios de diálogo que permitan generar el debate, un intercambio de ideas y una actitud crítica frente al fenómeno de la infodemia y el modo en cómo fue gestionada por los medios de comunicación a nivel local, de manera que se pueda generar una mejor respuesta frente a una situación de crisis similar.
- Se sugiere profundizar en los factores que puedan influenciar en las aparentes contradicciones de los alumnos que participaron del estudio, en donde se evidencia una contrariedad con respecto al concepto de infodemia y el vínculo que pueda tener con la desinformación, además de resaltar la importancia en el desarrollo de la alfabetización digital para reducir el impacto causado por la infodemia.
- Se recomienda realizar más investigaciones sobre los aspectos negativos de la desinformación y el vínculo que pueda tener con el fenómeno de la infodemia, de modo que este tema sea abordado como planteamiento de enseñanza en las universidades públicas y privadas, a fin de reducir sus efectos en la situación actual.

REFERENCIAS

Alvarez-Risco, A., Mejia, C., Delgado-Zegarra, J., Del-Aguila-Arcenales, S., et al. (2020) The Peru Approach against the COVID-19 Infodemic: Insights and Strategies. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*. Volumen 103: Número 2. Pág. 583–586. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*. https://www.ajtmh.org/view/journals/tpmd/103/2/article-p583.xml?tab_body=fulltext

Alvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Repositorio de la Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas Carrera de Negocios Internacionales.

<https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%20mica%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Alfonso Sánchez, I. R., y de las Mercedes Fernández Valdés, M. (2020). Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de COVID-19. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 10(2), 882.

<http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/882>

Arroyo-Sánchez, A. S., Cabrejo Paredes, J. E., y Cruzado Vallejos, M. P. (2020). Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019. *Anales de La Facultad de Medicina (Lima, Perú: 1990)*, Vol. 81 (Núm. 2), 230-233.

<https://doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>

Ashrafi-rizi, H., y Kazempour, Z. (2020). Tumor of misinformation consumption and sharing among people in Coronavirus (covid-19) crisis; A commentary: Tumor of misinformation consumption and sharing. *Journal of Contemporary Medical Sciences*, 6(2), 85–87. <https://doi.org/10.22317/jcms.v6i2.748>

Bermeo Pacheco, J., Guerrero Jirón, J. Delgado Santa Gadea, K. *Procesos y fundamentación de la investigación científica. Capítulo 3: Nivel de conocimiento*. Editorial UTMACH. Primera edición (2018). Pag. 52-65

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14231/1/Cap.3-Niveles%20del%20conocimiento.pdf>

Carranza, D. (2021) Perú cumple un año de notificar el primer caso de COVID-19. Agencia Anadolu (AA). 7 de marzo de 2021.

<https://www.aa.com.tr/es/mundo/per%C3%BA-cumple-un-a%C3%B1o-de-notificar-el-primer-caso-de-covid-19/2167258>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), “Datos y hechos sobre la transformación digital”, Documentos de proyectos (LC/TS.2021/20), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46766/1/S2000991_es.pdf

CEPAL (2022). América Latina y el Caribe es una de las regiones más impactadas demográficamente por la crisis sanitaria. Cepal.org.

<https://www.cepal.org/es/noticias/america-latina-caribe-es-regiones-mas-impactadas-demograficamente-la-tesis-sanitaria>

Difusión de las Innovaciones. (n.d.-b). Emaze Presentations. [Fecha de consulta: 17 de noviembre del 2022] <https://app.emaze.com/@ATFCCWZR#/4>

Dubey, S., Biswas, P., Ghosh, R., et al. (2020). Psychosocial impact of COVID-19. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 14 (5), 779–788. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1871402120301545>

Espinoza-Portilla, E., Henríquez-Suárez, M., y Henríquez-Ayin, F. (2022). Desafíos para la gestión de la infodemia en salud en tiempos de COVID-19. *Acta Médica Peruana*, 39(2), 198–204. <https://doi.org/10.35663/amp.2022.392.2332>

Estudia Perú (2020) *Universidad pública o privada ¿Cuál es mejor?* (11 de septiembre del 2020) <https://estudiaperu.pe/guias/universidad-publica-o-privada/>

García-Saisó S., Marti M., Brooks I., Curioso WH., González D., Malek V., et al. Infodemia en tiempos de COVID-19. Rev Panam Salud Publica. 2021;45:e89. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.89>

Gonzalez, E., Harrison, C., Hopkins, K., Horwitz, L., et al. (2021) El coronavirus en América Latina. AS/COA. 10 de febrero de 2021. <https://www.as-coa.org/articles/el-coronavirus-en-america-latina>

González, D. (n.d.). Módulo 1 - Comunicación de Riesgos: Una introducción. Organización Mundial de La Salud (OMS). [Fecha de consulta: el 21 de diciembre del 2022] <http://www.paho.org>

Infodemiología. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2022 [Fecha de consulta: 13 de noviembre del 2022] https://es.wikipedia.org/wiki/Infodemiolog%C3%ADa#cite_note-Eysenbach2002-1

Manejo de Información. (n.d.). Salahumanitaria.co. Oficina de Coordinación de Asuntos Humanitarios (OCHA). OCHA Colombia Wiki. [Fecha de consulta: el 15 de noviembre del 2022] https://wiki.salahumanitaria.co/wiki/Manejo_de_Informaci%C3%B3n

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://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32826935/>

Organización Panamericana de la Salud, OPS (2020) Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra el COVID-19. Herramientas de conocimiento. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?sequence=16

Organización Mundial de la Salud, OMS (2020) COVID-19: Cronología de la actualización de la OMS, 29 de junio de 2020. <https://www.who.int/es/news/item/29-06-2020-covidtimeline>

Pereira, L. (2012) El conocimiento y sus niveles. Slideshare.net. Consultado el 24 de noviembre del 2022.

<https://es.slideshare.net/Lucypereira/el-conocimiento-y-sus-niveles>

Pulido-Polo, M., Hernández-Santaolalla, V., y Lozano-González, A. A. (2021). Uso institucional de Twitter para combatir la infodemia causada por la crisis sanitaria de la Covid-19. Profesional de la información, 30 (1) <https://idus.us.es/handle/11441/106977>

Prosumidor. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2018 [Fecha de consulta: 16 de marzo del 2023] <https://es.wikipedia.org/wiki/Prosumidor>

Ramirez, D. y Vizcarra, R. (2015) Gabriel Tarde y los estudios sobre Difusión de las Ideas. Repensar a los teóricos de la sociedad II. Pág. 79-94. Universidad de Guadalajara. https://www.researchgate.net/publication/274007109_Gabriel_Tarde_y_los_Estudios_sobre_Difusion_de_las_Ideas

Real Academia Española. (s/f). Definición de Post Verdad. Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/posverdad>

Requena, F. (2016) Diferencias entre universidades públicas y privadas. Slideshare.net. Consultado el 12 de diciembre del 2022.

<https://es.slideshare.net/MaestriaSanMarcos/diferencias-entre-universidades-publicas-y-privadas>

Rosenzvit, M., Dinerstein, N., Vazquez, C., Riera, A., et al. (2020) Combatir la infodemia en América Latina y el Caribe: desinformación y fact-checking durante la pandemia. UNESCO Oficina de Montevideo. UNESDOC Biblioteca Digital. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374528>

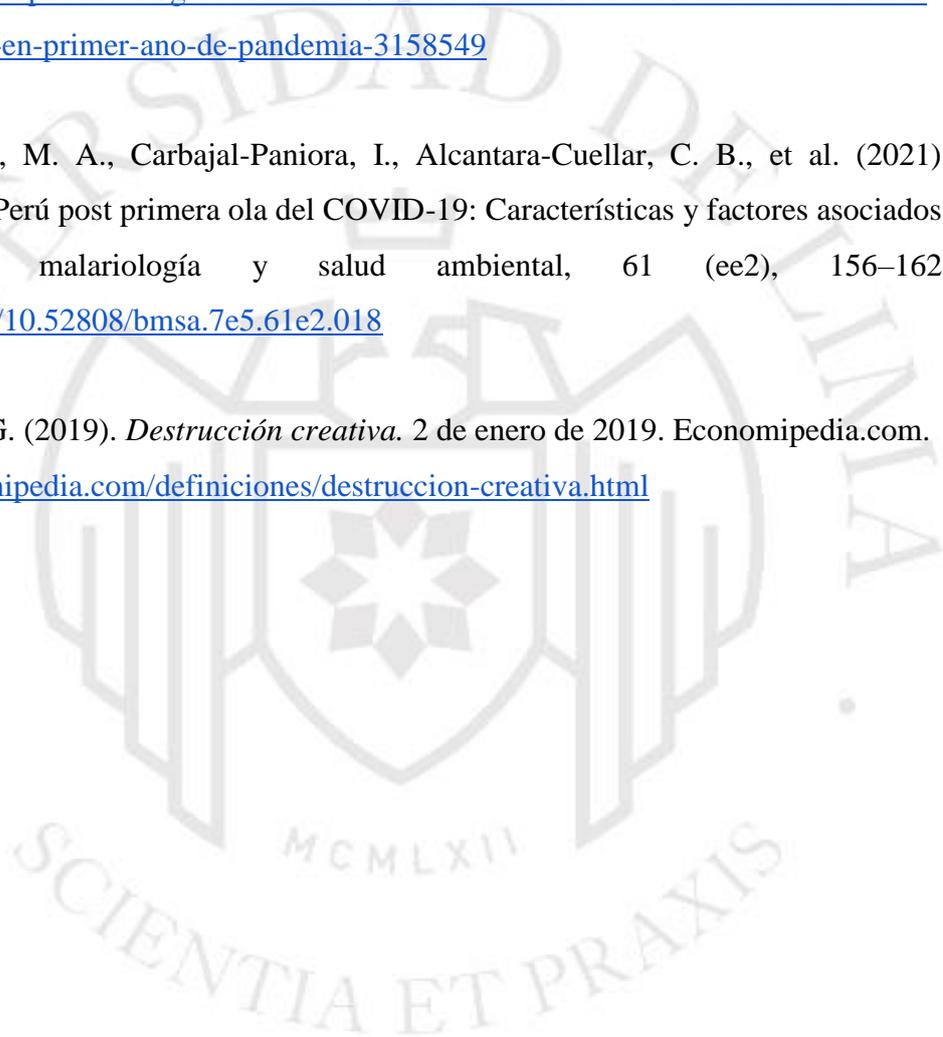
Sánchez-Reina, J.-R., & González-Lara, E.-F. (2022). The COVID-19 infodemic among young people and adults: The support of critical media literacy. Comunicar, 30(73), 71–81. <https://doi.org/10.3916/c73-2022-06>

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, SUNEDU (2021) III Informe bienal sobre la realidad universitaria en el Perú. Pág. 3-5. <https://unjfsc.edu.pe/wp-content/uploads/2022/03/III-Informe-Bienal-sobre-la-Realidad-Universitaria-en-el-Per%C3%BA.pdf>

Toro, J. (2021) Acceso a redes sociales en América Latina aumentó a 82% en el año de la pandemia. La República Colombia. 24 de abril de 2021. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/acceso-a-redes-sociales-en-america-latina-aumento-a-82-en-primer-ano-de-pandemia-3158549>

Vilela-Estrada, M. A., Carbajal-Paniora, I., Alcantara-Cuellar, C. B., et al. (2021). Infodemia en Perú post primera ola del COVID-19: Características y factores asociados. Boletín de malariología y salud ambiental, 61 (ee2), 156–162. <https://doi.org/10.52808/bmsa.7e5.61e2.018>

Westreicher, G. (2019). *Destrucción creativa*. 2 de enero de 2019. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/destruccion-creativa.html>



ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Matriz de consistencia				
Título de la investigación: Nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los estudiantes de los últimos ciclos de comunicación de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-2023				
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN
<p>Problema General: ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los estudiantes de los últimos ciclos de comunicación de la universidad de Lima y la UNMS que surge en la pandemia por COVID-19, Lima-2023?</p>	<p>Objetivo general: Identificar el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicación de una universidad pública y privada sobre el fenómeno de la infodemia en la pandemia por COVID-19.</p>	<p>Variable 1: Nivel de conocimiento</p> <p>Variable 2: Fenómeno de la infodemia</p>	<p>Tipo de investigación: Básica.</p> <p>Método y diseño de la investigación: Descriptivo transversal, cuantitativo no experimental.</p> <p>Población: La población está constituida, en promedio, por 26650 alumnos de la UNMSM y 22000 de la Universidad de Lima, lo que hace un total de 48650 alumnos de ambas universidades, considerando todas las carreras y solo correspondientes al pregrado.</p> <p>Muestra: Alumnos que corresponden a los últimos cuatro ciclos (7mo-10mo) por parte de la Universidad de Lima y la UNMSM de la facultad de Comunicaciones.</p>	<p>El presente trabajo de investigación tiene como propósito aportar información a la base de datos común existente, cuyos resultados y evidencias podrán contribuir para investigaciones futuras con la finalidad de mejorar el entendimiento relacionado con el tema de la infodemia, para ser incorporando a los estudios de la comunicación, ya que demostraría que tener un nivel de conocimiento de la infodemia mejoraría el modo en que las personas se informan.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA
¿Cuál es el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la Universidad de Lima sobre el fenómeno de la infodemia Lima-2023?	Describir el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la Universidad de Lima sobre el fenómeno de la infodemia.		La presente investigación plantea romper con el dilema de la desinformación ocasionada y reconocida como el fenómeno de la infodemia, con la finalidad de que la gente pueda discernir entre las fuentes fiables y la información ambigua o alterada que pueda circular a través de los medios de comunicación, con un nivel de conocimiento que les permita identificar los datos verificados de los tergiversados o dudosos.	El trabajo de investigación expuesto emplea un instrumento de elaboración propia con el fin de recolectar la información suficiente para lograr los objetivos específicos planteados, conocimiento que será recopilado mediante una encuesta virtual demostrados con validez y confiabilidad, de tal manera que futuras investigaciones relacionadas con el tema de la infodemia pueden tomar de referencia la metodología empleada.
¿Cuál es el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la UNMSM sobre el fenómeno de la infodemia Lima-2023?	Describir el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicaciones de la UNMSM sobre el fenómeno de la infodemia.			

ANEXO 2: INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO

Buenos días/tardes. Usted estará participando en el desarrollo de mi trabajo de investigación titulado "Nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los estudiantes de los últimos ciclos de comunicación de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-2023". El uso de la información que usted brinde será totalmente confidencial, anónima y con fines académicos, la única persona que tenga acceso a la información es el autor. Instrucciones: se le pide honestidad y seriedad al momento de responder las preguntas, marcar la o las respuestas que se adecue más a su realidad. Agradezco de antemano su gentil colaboración.

Nombre completo y ciclo en el que se encuentra: _____

Edad: _____ años

Género: Masculino () Femenino ()

Centro de estudios: Universidad de Lima () UNMSM ()

V1: NIVEL DE CONOCIMIENTO - D1: CONOCIMIENTO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	
1) ¿Usted qué medios de comunicación suele emplear a la hora de informarse? <input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Periódicos <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Televisión	2) ¿Usted qué criterios considera que son los más importantes al momento de elegir la información? <input type="checkbox"/> Las fuentes <input type="checkbox"/> El formato (impreso, digital, sonoro) <input type="checkbox"/> La objetividad <input type="checkbox"/> La presentación <input type="checkbox"/> La comprensión lectora (entendible)
3) ¿Usted notó un aumento de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Si respondió 'Sí', ¿en qué medios de comunicación usted ha notado un incremento desmedido de la información difundida? <input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Periódicos <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Televisión	4) ¿Usted depende de los medios de comunicación para obtener datos, información o noticias? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No 5) ¿Usted prefiere informarse a través del medio tradicional o digital? <input type="checkbox"/> Medio tradicional (TV, Radio, Periódicos..) <input type="checkbox"/> Medio digital (Internet, redes sociales, apps...)

VARIABLE 2: FENÓMENO DE LA INFODEMIA - D1: CONOCIMIENTO DE LA INFODEMIA	
<p>6) Cuando usted escucha 'infodemia', ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? (Elige uno)</p> <p><input type="checkbox"/> La infodemia es un invento de los medios de comunicación.</p> <p><input type="checkbox"/> La infodemia es una campaña de la Organización Mundial de la Salud.</p> <p><input type="checkbox"/> La infodemia es un producto de la crisis sanitaria mundial.</p> <p><input type="checkbox"/> La infodemia es la manía por la información o las noticias.</p>	<p>7) ¿Usted ha oído hablar del fenómeno de la infodemia?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
	<p>8) ¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en la universidad?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>9) ¿Usted ha recibido información sobre el fenómeno de la infodemia?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>	<p>10) ¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de información?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>11) ¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>	<p>12) ¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
DIMENSIÓN 2: DESINFORMACIÓN	
<p>13) ¿Usted sabe qué es la desinformación?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>	<p>14) ¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>15) ¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>	<p>16) ¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>

MUCHAS GRACIAS

ANEXO 3: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Validez y confiabilidad

Análisis de validez y confiabilidad

Valides del instrumento			
		N	%
casos	Válidos	200	100
	Excluidos	0	
	Total	200	100

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N.º de elementos
0.926	200

CIENTIA ET PRAXIS

ANEXO 4: APROBACIÓN DEL COMITÉ DE ÉTICA



ANEXO 5: FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Consentimiento Informado

Estimada/o encuestado, la presente investigación tiene un enfoque en el nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia, teniendo en cuenta que es conveniente obtener evidencia científica que permita mejorar la producción científica, se propone realizar el estudio: "Nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los estudiantes de los últimos ciclos de comunicación de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-2023", cuya autorización del comité de ética es del N.º de la Universidad de Lima.

Su participación en este estudio es totalmente voluntaria y puede elegir no participar. Si decide participar de esta investigación, podrá retirarse de ésta en cualquier momento. Si decide no participar o si decide retirarse del estudio, no será penalizado de ninguna manera. Los procedimientos de este estudio incluyen completar un cuestionario en línea que tomará alrededor de 5 minutos. Todas sus respuestas serán confidenciales.

Toda la información recogida será guardada en formato Google Forms. Para ayudar a preservar la confidencialidad, los datos para el análisis no contienen ninguna información que le identifique personalmente. La información anónima podrá ser compartida solo entre el equipo de investigación y será utilizada únicamente para propósitos académicos que permitirán plantear estrategias que incentiven la creación y divulgación de las investigaciones en las universidades.

Si usted tuviera alguna pregunta sobre este estudio, por favor contáctese con el bachiller Chávez Chávez, Julio Gabriel al correo electrónico: jgabriel.chavez26@gmail.com.

CONSENTIMIENTO ELECTRÓNICO: por favor elija la opción que prefiera debajo. Al hacer clic en el botón de "Doy mi consentimiento", usted indica que:

- Ha leído la información en la parte superior
- Tiene 18 o más años de edad
- Ha aceptado voluntariamente participar
- Ha aceptado ser contactado si ha provisto la información correspondiente

Si usted no desea participar de este estudio, favor decline su participación haciendo clic en el botón "No doy mi consentimiento".

ANEXO 6: CERTIFICADO DE VALIDEZ DE INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los estudiantes de los últimos ciclos de comunicación de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima 2023

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: NIVEL DE CONOCIMIENTO								
DIMENSIÓN 1: CONOCIMIENTO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN								
1	¿Usted qué medios de comunicación suele emplear a la hora de informarse?	X		X		X		
2	¿Usted qué criterios considera que son los más importantes al momento de elegir la información?	X		X		X		
3	¿Usted notó un aumento desmedido de la información difundida en los medios de comunicación durante la pandemia? Si respondió 'Si', ¿en qué medios de comunicación usted ha notado un incremento desmedido de la información difundida?	X		X		X		Información sobre la pandemia
4	¿Usted depende de los medios de comunicación para obtener datos, información o noticias?	X		X		X		
5	¿Usted prefiere informarse a través del medio tradicional o digital?	X		X		X		
VARIABLE 2: FENÓMENO DE LA INFODEMIA								
DIMENSIÓN 1: CONOCIMIENTO DE LA INFODEMIA								
6	Cuando usted escucha 'infodemia', ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?	X		X		X		
7	¿Usted ha oído hablar del fenómeno de la infodemia?	X		X		X		
8	¿Le han mencionado a usted sobre el fenómeno de la infodemia en la universidad?	X		X		X		
9	¿Usted ha recibido información sobre el fenómeno de la infodemia?	X		X		X		
10	¿Usted considera que la infodemia está relacionada con la sobrecarga de información?	X		X		X		
11	¿Usted cree que el fenómeno de la infodemia propaga los rumores, datos falsos o mentiras?	X		X		X		
12	¿Usted cree que los avances en la comunicación tienen que ver con el fenómeno de la infodemia?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: DESINFORMACIÓN								
13	¿Usted cree que un factor que afecta la credibilidad de los medios de comunicación es la desinformación?	X		X		X		
14	¿Usted sabe qué es la desinformación?	X		X		X		
15	¿Usted ha recibido medidas de prevención o alerta contra la desinformación?	X		X		X		
16	¿Usted está de acuerdo en que la desinformación guarda relación con la infodemia?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Con las modificaciones sugeridas, el instrumento será útil para lo que busca la investigación.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr Julio-César Mateus

DNI: 41389513

Especialidad del validador: Comunicación y educación

¹Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado. ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

27 de enero del 2023

Firma del Experto Informante

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [x] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Mabel Aguilar Díaz

DNI: 40327301

Especialidad del validador: Comunicación y medios digitales

17 de febrero del 2023

¹Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Busse Cárdenas, Peter

DNI: 09858074

Especialidad del validador: Investigación en Comunicación

20 de febrero del 2023

¹Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

P.B.
Firma del Experto Informante

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [x] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg.Vanessa Perales Linares

DNI: 4406676

Especialidad del validador: Educación y Comunicación



Firma del Experto Informante

¹**Pertinencia:** Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

1 de Marzo del 2023



ANEXO 7: CARTA DE APROBACIÓN DE LA INSTITUCIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS



Lima, 9 de febrero de 2023

Señor
Julio Gabriel Chávez Chávez
Presente.-

De mi consideración:

En respuesta a su solicitud para realizar encuestas a estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, como parte del trabajo de la tesis titulada "Nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los estudiantes de los últimos ciclos de comunicación de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-2023", cumplo con informarle que autorizo la recolección de datos en la Facultad de Comunicación.

Atentamente,

Juan Carlos García Vargas
Decano
Facultad de Comunicación



Firmado Digitalmente
por: JUAN CARLOS TEOFILO
GARCIA VARGAS
Fecha: 2023.02.09 20:20:42
COT
Motivo: DECANO FACULTAD
DE COMUNICACION



Lima, 8 de febrero de 2023

Doctor
Rufino Gonzalo Espino Relucé
Decano
Facultad de Letras y Ciencias Humanas
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Presente. -

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para presentarle al señor Julio Gabriel Chávez Chávez (código 20122632), graduado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima.

El señor Chávez está desarrollando la tesis "Nivel de conocimiento sobre el fenómeno de la infodemia en los estudiantes de los últimos ciclos de Comunicación de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima – 2023". Por tal motivo, el señor Chávez requiere de su gentil apoyo para realizar encuestas ea estudiantes de su Facultad.

Agradezco de antemano la atención que brinde a la presente.

Atentamente,

Juan Carlos García Vargas
Decano
Facultad de Comunicación



Firmado Digitalmente
por: JUAN CARLOS TEOFILO
GARCIA VARGAS
Fecha: 2023.02.08 18:00:28
COT
Motivo: DECANO FACULTAD
DE COMUNICACION



Firmado digitalmente por ESPINO
RELUCÉ, Gonzalo FAU
20148062282 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 15.03.2023 16:12:00 -05:00

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú, Decana de América
FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS
DECANATO

Lima, 15 de Marzo del 2023

CARTA N° 000002-2023-D-FLCH/UNMSM

Señor
JULIO GABRIEL CHÁVEZ CHÁVEZ
Graduado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima
Presente

Asunto: Autorización para realizar encuesta

De mi consideración:

En atención a su solicitud de autorización para realizar encuesta a los estudiantes de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, como parte de su trabajo de investigación para la elaboración de su tesis de pregrado, titulada «NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE EL FENÓMENO DE LA INFODEMIA EN LOS ESTUDIANTES DE LOS ÚLTIMOS CICLOS DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LIMA Y LA UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. LIMA-2023», cumpla con informarle que este despacho autoriza a la recolección de datos en la Facultad de Letras y Ciencias Humanas.

Atentamente,

DR. GONZALO ESPINO RELUCÉ
DECANO

/már

ANEXO 8: INFORME DEL ASESOR DE TURNITIN



ANEXO 9: ENTREVISTA CON DOCENTE EXPERTO

Fecha: 13/01/2023

Lugar: Lima

Medio: Zoom

Duración: 10'

[Introducción: explicación del título del trabajo, el problema general y los específicos, los objetivos y la dirección del trabajo de investigación]

J.C.: ¿Qué puede comentar brevemente sobre el fenómeno de la infodemia?

M.A.: Este fenómeno, con la expansión de las redes sociales, las nuevas audiencias están muy metidas en los ecosistemas digitales, generando que se propague rápidamente. Esto produce una necesidad que tienen las audiencias de querer conocer y saber sobre distintos hechos o temas. Por ejemplo, el tema del COVID-19, era algo desconocido que afecta mundialmente a la humanidad. Las personas necesitaban conocer, saber y tener información porque al inicio las autoridades no tenían tampoco las respuestas que necesitaban, como el uso de mascarilla o si teníamos que lavarnos con determinados productos. Entonces, existe una sobredemanda de búsqueda de información que, de alguna manera, encuentra respuestas en esta cantidad de información que se produce, pero que a la vez se 'sobre produce'. Los medios de comunicación, en búsqueda del 'clic' y algunos propósitos netamente comerciales, producen más información de la que realmente las personas somos capaces de consumir. Cuando hay tanta información surge este fenómeno de la desinformación, haciendo eco con las *fake news*. Este es uno de los aspectos no tan positivos que se ha dado con la comunicación digital y es algo con lo que tenemos que lidiar. Es una responsabilidad que tenemos los comunicadores con la ciudadanía y las audiencias.

J.C.: Con esta interdependencia de informarse de las personas, sobre todo durante la pandemia, ¿qué tan positivo ha sido esta dependencia hacia los medios de comunicación en búsqueda de la información?

M.A.: Existe un cruce de información entre lo que producen los medios y lo que produce la cotidianidad. En esa búsqueda de entender y conocer lo que realmente está ocurriendo es cuando las audiencias muchas veces se ven sometidas a la información que sale en canales que no son oficiales, como en el caso de WhatsApp, las redes sociales o las cadenas que se reenvían terminan siendo desinformación. Las noticias falsas a veces ponen en peligro la salud y la integridad de las personas. Por eso es muy importante que los medios de comunicación, los periodistas, las autoridades, se comprometan en regular de alguna manera la información que circula para que no afecte a la ciudadanía, sobre todo en un estado de emergencia sanitaria.

J.C.: La profesora Estela Roeder comentó brevemente que este fenómeno de la infodemia es ‘un fenómeno que ha venido para quedarse’. ¿Qué opina al respecto?

M.A.: Yo creo que este fenómeno va a quedarse porque si bien ahora se da con el coronavirus, luego surgirán otras cosas o escenarios. El coronavirus ha sido fuerte, pero distintivamente de ello, no creo que desaparezca este fenómeno.

J.C.: Con respecto al fenómeno de la infodemia y la universidad, ¿considera que la universidad debería de hacer esfuerzos para poder concientizar e informar a los estudiantes de comunicación sobre este fenómeno?

M.A.: Definitivamente creo que es importante que la universidad pueda generar espacios donde se pueda hablar de este fenómeno y se puedan dar las herramientas necesarias para que los estudiantes puedan de alguna manera conocer y debatir, además de contribuir para despejar todos estos vacíos que existen con la infodemia.

J.C.: Por último, con respecto al instrumento de investigación, ¿considera que la encuesta sería un buen instrumento para poder medir el nivel de conocimiento de los estudiantes de la Universidad San Marcos y la Universidad de Lima?

M.A.: Sí, yo creo que sí.

J.C.: Muchas gracias, profesora. Le agradezco su tiempo en esta breve entrevista.

M.A.: Igualmente. Éxitos.

Mabel Teresa Diaz Aguilar

DNI: 40327301



ANEXO 10: CRONOGRAMA

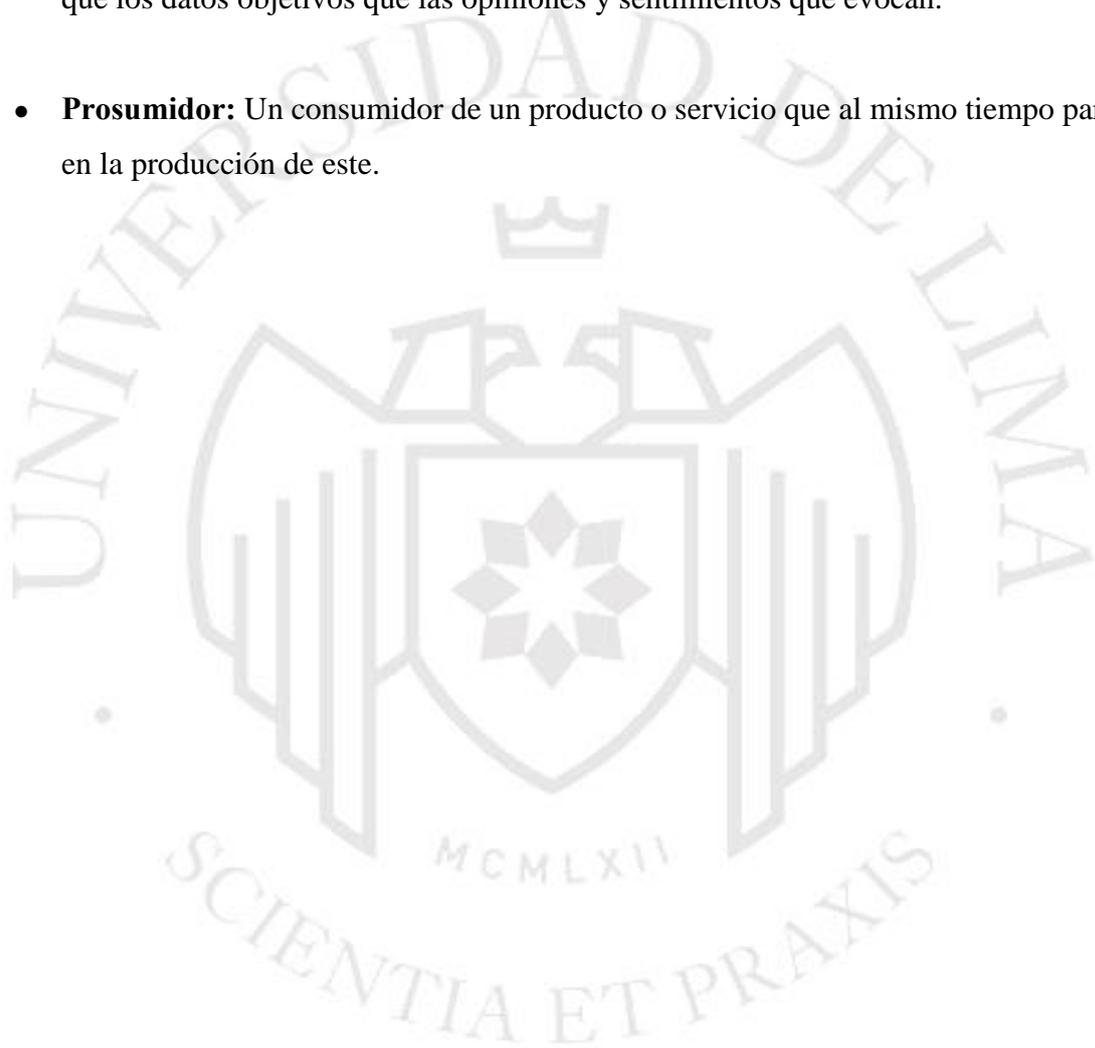
Actividad	2022 - 2023																										
	Octubre				Noviembre					Diciembre						Enero					Febrero				Marzo		
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27
1. Revisión bibliográfica																											
2. Elaboración de proyecto de tesis																											
3. Presentación del proyecto de tesis																											
4. Revisión y correcciones																											
5. Levantamiento de observaciones del proyecto de tesis																											
6. Aprobación del proyecto de tesis																											
7. Recolección de datos																											
8. Preparación de resultados																											
9. Procesamiento de datos																											
10. Análisis estadístico																											
11. Elaboración de conclusiones																											
12. Redacción de informe final de tesis																											
13. Presentación de la tesis																											



GLOSARIO

- **Alfabetización digital:** capacidad para encontrar, organizar, comprender, evaluar y analizar información utilizando tecnologías digitales.
- **Comunicación de riesgos:** intercambio en tiempo real de información, recomendaciones y opiniones entre expertos o personas que se enfrentan a un riesgo.
- **Comunicación pública:** difusión de información y mensajes mediante mecanismos de comunicación con diversos propósitos, dirigida hacia un público masivo.
- **Confinamiento:** consiste en una condición que incluye estrategias para reducir la interacción social, como el distanciamiento social, tráfico detenido, etc.
- **Credibilidad:** una medida de la voluntad del receptor de aceptar que el mensaje recibido es verdadero debido a la calidad de la fuente o el mensaje.
- **Desinformación:** Difusión deliberada de información falsa o engañosa para engañar e intentar manipular las creencias, los sentimientos y las opiniones del público.
- **Fake news:** contenido que se distribuye en noticias, medios impresos, radio, televisión y redes sociales con el objetivo de engañar a un público determinado.
- **Fenómeno de la Infodemia:** cantidad excesiva de información que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación verídica cuando lo necesitan.
- **Medios de comunicación:** herramientas que realizan el proceso de comunicación y que están en constante evolución a lo largo del tiempo.

- **Nivel de conocimiento:** conocimientos, ideas y habilidades adquiridas a lo largo del tiempo a través de la interacción de un sujeto de conocimiento y objetos conocidos.
- **Pandemia:** Una epidemia que traspasa las fronteras internacionales y suele afectar a un gran número de personas a nivel regional o mundial.
- **Posverdad:** Información o declaraciones que son menos importantes para el público que los datos objetivos que las opiniones y sentimientos que evocan.
- **Prosumidor:** Un consumidor de un producto o servicio que al mismo tiempo participa en la producción de este.



Inf. Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

ojs2017.uc3m.es

Fuente de Internet

1%

2

www.ulima.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1%

4

Alberto Martín García, Álex Buitrago.

"Valoración profesional del sector periodístico sobre el efecto de la desinformación y las fake news en el ecosistema mediático", Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 2022

Publicación

1%

5

Submitted to Tecsup

Trabajo del estudiante

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo