



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**INFODEMIA Y DESINFORMACIÓN EN FACEBOOK DURANTE EL
COVID - 19. CAUSAS Y EFECTOS, CASO PENSIONISTAS Y JUBILADOS
DE PASAJE.**

**ORELLANA LAAZ FREDDY JOCSAN
LICENCIADO EN COMUNICACION**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**INFODEMIA Y DESINFORMACIÓN EN FACEBOOK DURANTE
EL COVID - 19. CAUSAS Y EFECTOS, CASO PENSIONISTAS Y
JUBILADOS DE PASAJE.**

**ORELLANA LAAZ FREDDY JOCSAN
LICENCIADO EN COMUNICACION**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O
INTERVENCIÓN**

**INFODEMIA Y DESINFORMACIÓN EN FACEBOOK
DURANTE EL COVID - 19. CAUSAS Y EFECTOS, CASO
PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE PASAJE.**

**ORELLANA LAAZ FREDDY JOCSAN
LICENCIADO EN COMUNICACION**

TENEZACA VALLE GORKY RAUL

**MACHALA
2022**

INFODEMIA Y DESINFORMACIÓN EN FACEBOOK DURANTE EL COVID – 19. CAUSAS Y EFECTOS, CASO PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE PASAJE

por Freddy Jocsan Orellana Laaz

Fecha de entrega: 09-mar-2023 10:05a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2033014877

Nombre del archivo: TT_orellana.pdf (789.51K)

Total de palabras: 11339

Total de caracteres: 59116

INFODEMIA Y DESINFORMACIÓN EN FACEBOOK DURANTE EL COVID – 19. CAUSAS Y EFECTOS, CASO PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE PASAJE

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

6

repositorio.
xoc.uam.m

X

Fuente de Internet

7
2

repository.u
dem.edu.co

Fuente de Internet

8

webdesign.t
utsplus.co

m

Fuente de Internet

4

www.maest
razgo.org

Fuente de Internet

5

anarkismo.
net

Fuente de Internet

aplicacionesua.cpd.ua.e
s

Fuente de Internet

bestpractice.bmj.com

Fuente de Internet

bibliotecadigital.academi
a.cl

Fuente de Internet

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ORELLANA LAAZ FREDDY JOCSAN, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado INFODEMIA Y DESINFORMACIÓN EN FACEBOOK DURANTE EL COVID - 19. CAUSAS Y EFECTOS, CASO PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE PASAJE., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



ORELLANA LAAZ FREDDY JOCSAN

0706730298

DEDICATORIA

"Dedico este trabajo a Dios, mi roca y mi guía, quien me ha dado la sabiduría y la fuerza para perseguir mis sueños y superar los desafíos. A mi madre, mi heroína, quien con su amor incondicional y su ejemplo de vida me ha enseñado la importancia de la perseverancia y la fe. A mis amigos, quienes han sido mi apoyo incondicional, siempre dispuestos a brindarme su ayuda, su aliento y su compañía en todo momento. A mi pareja, mi cómplice y mi inspiración, quien me ha impulsado a ser mejor cada día y me ha brindado su amor y su apoyo incondicional en todo momento. Gracias por ser mi mayor motivación y por hacerme creer en mí mismo cuando dudaba de mi capacidad. Este logro es para todos ustedes, por su inagotable motivación y por compartir conmigo este camino de aprendizaje y crecimiento."

AGRADECIMIENTO

"Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna manera en la realización de este trabajo.

En primer lugar, agradezco a Dios por su amor y su guía constante en mi vida.

Agradezco a mi madre por su incondicional amor y por enseñarme la importancia de la perseverancia y la dedicación en la búsqueda de mis sueños.

Agradezco a mis amigos y compañeros de estudio por su apoyo, su ayuda y por compartir conmigo su conocimiento y experiencia.

Agradezco a mis profesores y asesores por su guía, su paciencia y su compromiso en mi formación académica y profesional.

También quiero agradecer a todas aquellas personas que han participado en las entrevistas, encuestas y experimentos que he realizado para este trabajo, por su valioso tiempo y su colaboración.

Finalmente, quiero agradecer a mi pareja por su amor, su paciencia y por ser mi compañera de vida y de proyectos.

Este logro no hubiera sido posible sin el apoyo y la motivación de todas estas personas. A todos ustedes, gracias de todo corazón."

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
CAPÍTULO I	9
1. Contextualización del estudio	9
1.1 Justificación	9
Planteamiento del Problema	10
Problemas complementarios	11
1.2. Objetivos de la investigación	11
1.2.1. General	11
1.2.2. Específicos	11
CAPÍTULO II	12
2.1 Antecedentes del tema	12
2.1.1. Estado de la cuestión	12
2.1.2 Redes sociales en adultos mayores	13
2.1.3. Infodemia y Noticias Falsas en Redes Sociales	14
2.1.4. Infodemia durante la Pandemia del Covid-19	15
2.1.5. Facebook como herramienta de desinformación	16
2.1.6. Difusión y viralización de la infodemia en Facebook	17
2.1.7. Causas y efectos de la infodemia	17
CAPÍTULO III	18
3.1. Materiales y métodos	18
3.1.1 Metodología	18
CAPÍTULO IV	21
4.1. Resultados y discusiones	21
4.1.1. Resultados de las entrevistas	21
4.1.2. Resultados de las encuestas	22
4.1.1. Discusiones	33
4.2 Conclusiones y recomendaciones	34
4.3 Recomendaciones	35
Referencias Bibliográficas	36
Anexos	41

RESUMEN

La pandemia de COVID-19 ha sido un acontecimiento global sin precedentes que ha afectado a todos los aspectos de la vida cotidiana, incluyendo la forma en que se consume y comparte información. La infodemia, un exceso de información, que incluye información errónea, engañosa o malintencionada, ha sido un problema importante durante esta etapa, lo que ha llevado a una difusión masiva de noticias falsas, afectando a todos los grupos de edad, pero los adultos mayores son particularmente vulnerables debido a su falta de familiaridad con la tecnología y su disposición a creer información que parezca provenir de fuentes confiables. Además, muchos adultos mayores dependen de la información en línea como su principal fuente de noticias e información debido a la pandemia que ha limitado su capacidad para interactuar socialmente. Es de esta forma que se elige a Facebook como la red social para analizar dicho fenómeno y su afectación en los adultos mayores, ya que de acuerdo con Rentería (2022) quien realizó su investigación sobre el *Análisis de la difusión del entorno 2.0 en adultos mayores del centro cultural san borja*, establece que “La red social más utilizada por el público objetivo es Facebook, pero se les es más fácil aprender a usar Twitter” (p. 15) El proyecto de investigación mencionado anteriormente se ha planteado la necesidad de conocer las causas y efectos que provocó la infodemia en los adultos mayores, analizando cada uno de estos aspectos en los miembros de la Asociación de Jubilados y Pensionistas de Pasaje. Para lograr con los objetivos se ha utilizado herramientas de recolección de datos como entrevistas a profesionales como psicólogos clínicos y comunicadores y encuestas para comprender el impacto de este fenómeno en el grupo ya mencionado. Los resultados de la investigación muestran que muchos de los adultos mayores encuestados experimentaron estrés y ansiedad debido a la información engañosa y la sobreinformación en las redes sociales. Además, este grupo informó haber tomado decisiones de salud basadas en información inexacta que encontraron en línea o específicamente en la red social Facebook. El proyecto de investigación también ha identificado que las personas no diferencian la información engañosa o falsa de la que es veraz e incluso

creen que todo el contenido de la red social ya mencionada es verdadero, sin embargo, algunos también han podido reconocer que estas noticias tuvieron influencia sobre la toma de decisiones durante la pandemia. Por otro lado, el problema no es solo el poco conocimientos de este grupo para reconocer cuando una noticia es falsa, también se debe a las decisiones que toman basados en esa información, durante la pandemia, muchos adultos mayores decidieron no vacunarse contra la COVID-19 por miedo, sensación que causaban las diversas noticias que abundaban la red social Facebook. Los profesionales de la salud pueden educar a los pacientes sobre cómo identificar y evaluar la información en línea, así como proporcionar recursos y materiales precisos y confiables. En conclusión, la infodemia ha tenido un impacto significativo en los adultos mayores durante la pandemia de COVID-19, lo que ha llevado a una difusión masiva de información errónea y engañosa por medio de las distintas redes sociales existentes. Es importante reconocer los desafíos que enfrentan los adultos mayores en la era digital, donde los avances se siguen dando con mayor frecuencia y es una obligación de cada ciudadano dar prioridad a la atención de este grupo prioritario, es decir, se deben tomar medidas para reducir el impacto de las noticias falsas y la sobreinformación.

Palabras claves: Infodemia, Desinformación, Pandemia, Causas y efectos.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has been an unprecedented global event that has affected all aspects of daily life, including the way information is consumed and shared. Infodemia, an excess of information, including erroneous, misleading or malicious information, has been a major problem during this time, leading to a massive spread of fake news, affecting all age groups, but older adults are particularly vulnerable due to their unfamiliarity with technology and their willingness to believe information that appears to come from trusted sources. In addition, many older adults rely on online information as their primary source of news and information due to the pandemic that has limited their ability to interact socially. It is in this way that Facebook is

chosen as the social network to analyze said phenomenon and its affectation on older adults, since according to Rentería (2022) who conducted his research on the Analysis of the diffusion of the 2.0 environment in older adults of the san borja cultural center, states that "The social network most used by the target audience is Facebook, but it is easier for them to learn to use Twitter" (p. 15) The aforementioned research project has set out the need to know the causes and effects that caused the infodemia in older adults, analyzing each of these aspects in the members of the Association of Retirees and Pensioners of Pasaje. In order to achieve the objectives, data collection tools such as interviews with professionals such as clinical psychologists and communicators and surveys were used to understand the impact of this phenomenon on the aforementioned group. The results of the research show that many of the surveyed older adults experienced stress and anxiety due to misleading information and over-information on social networks. In addition, this group reported making health decisions based on inaccurate information they found online or specifically on the social network Facebook. The research project has also identified that people do not differentiate misleading or false information from that which is truthful and even believe that all the aforementioned social network content is true, however, some have also been able to recognize that this news had an influence on decision making during the pandemic. On the other hand, the problem is not only the lack of knowledge of this group to recognize when a news is false, it is also due to the decisions they make based on that information, during the pandemic, many older adults decided not to be vaccinated against COVID-19 because of fear, a feeling caused by the various news that abounded the social network Facebook. Healthcare professionals can educate patients on how to identify and evaluate online information, as well as provide accurate and reliable resources and materials. In conclusion, infodemia has had a significant impact on older adults during the COVID-19 pandemic, leading to a massive dissemination of misinformation and misleading information through the various existing social networks. It is important to

recognize the challenges facing older adults in the digital age, where developments continue to occur more frequently and it is an obligation of every citizen to prioritize care for this priority group, i.e., measures must be taken to reduce the impact of fake news and over-information.

Key words: Infodemic, Disinformation, Pandemic, Causes and effects.

1. Contextualización del estudio

1.1 Justificación

La infodemia es un término que se utiliza para describir la sobrecarga de información, tanto verdadera como falsa, que se difunde rápidamente a través de las redes sociales y otros canales de comunicación durante una crisis sanitaria como la pandemia de COVID-19. Aunque la información precisa y oportuna es esencial para la toma de decisiones informadas y la adopción de comportamientos saludables durante una crisis sanitaria, la sobrecarga de información puede dificultar la evaluación crítica de la información y llevar a la propagación de la desinformación y los mitos.

Los adultos mayores son especialmente vulnerables a la infodemia debido a varios factores. En primer lugar, muchos adultos mayores tienen dificultades para comprender y evaluar la información en línea debido a la falta de habilidades digitales. En segundo lugar, algunos adultos mayores pueden confiar en fuentes de información no confiables, como las cadenas de mensajes de WhatsApp, lo que puede aumentar su susceptibilidad a la desinformación y los mitos. Según Salje et al. (2020), aquellas personas que poseen 60 años en adelante, son más propensas a verse afectadas por virus como la COVID-19 y, además, sus porcentaje de pasar por procesos de gravedad debido a dicha enfermedad siempre será mayor que en cualquier otra edad, lo que genera temor entre las personas adultas mayores y hace que sean más vulnerables a buscar información en línea.

El problema de la infodemia en los adultos mayores es preocupante porque puede llevar a la toma de decisiones incorrectas y la adopción de comportamientos no saludables. Por ejemplo, los adultos mayores pueden creer que ciertos remedios caseros o suplementos dietéticos pueden prevenir o curar la COVID-19, lo que puede llevar a la automedicación inapropiada.

La propagación de información falsa y los mitos pueden dificultar la adopción de comportamientos saludables, como el uso de mascarillas o el distanciamiento físico, lo que puede aumentar el riesgo de transmisión de COVID-19.

Planteamiento del Problema

La red social Facebook es una de las plataformas de redes sociales más populares y ampliamente utilizadas, razón por la cuál se convierte en unos de los medios donde se puede generar infodemia con gran facilidad. Los adultos mayores a su vez pueden ser más susceptibles a la desinformación e infodemia en Facebook debido a la forma en que se presenta la información en la plataforma.

Por ejemplo, en Facebook, la información se presenta en forma de publicaciones, fotos y videos que a menudo se comparten de forma viral. Esta información puede ser difícil de evaluar críticamente, especialmente para los adultos mayores que no tienen habilidades digitales sólidas o que no están acostumbrados a buscar información en línea. Además, los adultos mayores pueden tener menos experiencia en el uso de Facebook para identificar fuentes de información confiables y pueden ser más propensos a confiar en la información que se les presenta en la plataforma. Cucalón y Villegas (2022) afirman lo siguiente:

(...) en la actualidad los medios digitales tienen una gran influencia en la vida cotidiana de las personas, es tal el poder de persuasión que ejercen, que en ocasiones los usuarios comparten y viralizan información y contenido de fuentes dudosas, sin aplicar ningún tipo de criterio para corroborar las fuentes de donde provienen las noticias. (p. 16)

Además, en Facebook, es fácil para los usuarios compartir información rápidamente sin verificar la veracidad de la información. Esto puede conducir a la propagación de información falsa y mitos sobre COVID-19, lo que puede ser especialmente peligroso para los adultos mayores que tienen un mayor riesgo de complicaciones graves si contraen el virus. Por lo tanto,

es fundamental abordar el problema de la infodemia en los adultos mayores en la red social Facebook durante la pandemia de la COVID-19 y de esta forma garantizar que tengan acceso a información precisa y confiable que les permita tomar decisiones informadas, desde esta perspectiva se planteó la siguiente interrogante:

- ¿Cuál es la causa y efecto de la infodemia publicada en la Red Social Facebook durante la Pandemia del Covid-19 en los Adultos Mayores de la Asociación de Jubilados y Pensionistas del Cantón Pasaje?

Problemas complementarios

En esta investigación se plantearon los siguientes problemas complementarios:

- ¿Cuál es el impacto de la desinformación en el Adulto Mayor?
- ¿Qué causa la existencia de la infodemia y desinformación en Facebook?
- ¿Cuáles son los efectos que dejó la infodemia en los Adultos Mayores en Pandemia?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. General

- Analizar la causa y efecto de la infodemia publicada en la Red Social Facebook durante la Pandemia del Covid-19 en los Adultos Mayores de la Asociación de Jubilados y Pensionistas del Cantón Pasaje.

1.2.2. Específicos

- Examinar el impacto de la desinformación en el Adulto Mayor.
- Describir qué causa la existencia de la infodemia y desinformación en Facebook.
- Identificar los efectos que dejó la infodemia en los Adultos Mayores en Pandemia.

CAPÍTULO II

2.1 Antecedentes del tema

2.1.1. Estado de la cuestión

Debemos conocer cómo se han desarrollado las nuevas tecnologías con base en las redes sociales Pulido et al. (2021) menciona que:

(...) El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la educación ha planteado nuevas demandas a los educadores, los científicos de la educación y, en general, a todos los actores sociales. Las TIC constituyen la base de un sistema de enseñanza-aprendizaje (p 124 - 125).

Las redes sociales se encuentran poco relacionadas con los adultos mayores, son muchos los aspectos que justifican este hecho. (Cardozo et al. 2020) comenta que:

(...) Si bien el uso de las redes sociales se relaciona con una costumbre propia de la gente joven, existen estudios que vienen revelando que los Adultos Mayores constituyen un nicho importante en el mercado, aunque, normalmente, no del todo considerado por las aplicaciones de redes sociales (p. 116) .

Se demostró que en la sociedad actual las redes sociales forman parte de la construcción de las nuevas generaciones en los aspectos de aprendizaje y entretenimiento pero se llega a desestimar al adulto mayor. Los Adultos Mayores ni nacieron ni crecieron a la par de la web, ya que esta tiene aproximadamente 23 años de vida. Términos como “e-mail”, “Facebook”, “tablet” o “smartphone” pueden llegar a ser complicados de entender para este segmento (Arango Morales et al. 2018).

A nivel mundial, existe una problemática a la que está expuesto este grupo de la sociedad, la exposición a la revolución tecnológica, modernidad, internet y redes sociales. El envejecimiento activo, definido por la Organización Mundial de la Salud como el proceso en

que se optimizan las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen (Casado y Lezcano, 2018).

En la actualidad, las políticas públicas procuran modificar esta idea de las personas de edad mediante campañas que promueven la cultura del “envejecimiento activo”, definido como el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad, con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen. (Sunkel y Ullmann, 2019).

Las consecuencias que genera son muchas: desinformación, manipulación, alteración de un hecho o verdad, toma de decisiones por influencia de lo observado en las redes sociales. Por esto la presente investigación está enfocada en el análisis del uso, consumo y conocimiento que se genera por medio de Facebook como una red social mayormente utilizada por este nicho de la sociedad.

2.1.2 Redes sociales en adultos mayores

La era digital ha representado verdaderos retos y transformaciones en la educación superior como resultado de la revolución tecnológica y ha atravesado los procesos educativos modernizando el sector (Suárez y Soracá, 2020). El uso de las plataformas genera espacio para la interacción, existe un ambiente de adaptación al momento de realizar comentarios y compartir contenidos, generando comodidad y colaboración por parte de los usuarios. Puede intercambiar contenidos, descargar y publicar contenidos relacionados al ámbito escolar (González, 2022).

Las redes sociales en los Adultos Mayores, forman parte de un amplio nicho que se encuentra en un deficiente aprendizaje sobre las redes de comunicación digitales.

(...) la población de adultos mayores ha sufrido un gran rezago o exclusión en el acceso de las TIC, las carencias económicas y sociales, sumadas a la falta de políticas públicas orientadas a este sector vulnerable, han provocado problemas de alfabetización digital. Entre otros factores se hablan de los motivacionales o de

interés en usar herramientas de comunicación como Internet (Lozoya et al. 2022, p.1)

Todo es importante conocer desde las funciones básicas y las funciones avanzadas de una red social, ya sea solo para consumir contenido o también para la generación de contenido. Las redes sociales tienen una composición estructurada. Por ejemplo, investigadores pasados descubrieron que los adultos mayores afroamericanos, latinos y aquellos con una educación inferior, suelen tener redes pequeñas y una deficiencia en la conexión a la red (York Cornwell y Goldman, 2021). También los adultos mayores con bajos niveles de ingresos económicos y la educación tiende a participar menos en las actividades que incluyen interacciones sociales, especialmente aquellas que nacieron y se criaron en un período de dificultades acceso a la educación, especialmente las mujeres, porque se dio prioridad a los hombres (Silva et al. 2018). Es importante que los adultos mayores adquieran el conocimiento, y sus formas de usar este tipo de redes sociales.

2.1.3. Infodemia y Noticias Falsas en Redes Sociales

La desinformación amenaza una de las variables necesarias para las democracias: el derecho a recibir una información veraz. Las democracia es como un sistema reflexivo, las noticias falsas se expanden a mayor velocidad que las noticias veraces (Pérez, 2019); la difusión y creación de noticias falsas a través de redes sociales representa un peligro para la sociedad, el sistema económico y la democracia (Códova, 2021) y son artículos que en lugar de informar, desinforman a los usuarios de las redes sociales, las publicaciones compartidas por redes como Facebook y Twitter se viralizan e incluso generan preocupación en los usuarios (Daza et al. 2021).

Para entender a las noticias falsas hay que tomar en cuenta a quienes son los que las crean y la finalidad con la que las emiten.(Teira Serrano et al. 2021) menciona que:

(...) Las fake news se dirigen a los puntos débiles de nuestro sistema cognitivo, proponiéndonos creencias que, en condiciones ideales, no estaríamos dispuestos a aceptar, pero ante las que bajamos la guardia cuando aparecen sin preaviso en nuestras redes sociales, sencillamente porque son noticias en las que, por una razón u otra, estamos dispuestos a creer, y simplemente evitamos someterlas al escrutinio crítico que nos llevaría a desecharlas (p. 12).

La crisis provocada por el Covid - 19 ha visto el nacimiento de teorías anticientíficas que pretendían cuestionar el origen de la Pandemia como comenta (García-Marín y Merino-Ortego, 2022):

(...) En esta crisis, los conspiradores serían las élites económicas y políticas, el plan sería la creación artificial de la enfermedad para implantar un nuevo orden mundial para controlar a la población, mientras que las instituciones sanitarias y los medios de comunicación de prestigio asumirían el rol de instrumentos para lograr la manipulación masiva (p. 4).

2.1.4. Infodemia durante la Pandemia del Covid-19

Las noticias falsas o rumores informales han existido desde la creación de la prensa, los rumores se transmiten de persona a persona generando una especie de lazo de confianza que provoca que se crea con confianza y terminemos difundiendo de forma masiva la información falsa, partiendo de este punto lo ampliamos llevándolo a las redes digitales como lo explica (González, 2021):

(...) Las redes sociales suman a los mensajes otros parámetros igualmente difíciles de controlar como son el anonimato, la participación y la dificultad para borrar el rastro, asimismo, las aplicaciones digitales permiten que un contenido pueda ser manipulado para ensamblar, añadir o remover información, abriéndose paso con

ello a procesos de re-encuadre, de reasignación de sentido o de recontextualización de la información que pueden alterar su significado (p. 4).

Las noticias falsas pueden influir en el criterio de las masas y crear inseguridad, sospecha y desestabilización social (Contreras et al. 2022). Para obtener una garantía de autenticidad en las informaciones emitidas o publicadas, es necesario controlar los canales de emisión de esa información, es importante conocer las razones o motivos para que se cree una noticia falsa.

2.1.5. Facebook como herramienta de desinformación

Facebook es una herramienta creada bajo el principio de generar una comunidad, basándose en sus gustos, emociones, preferencias y publicaciones en la interfaz inicialmente desarrollada para páginas web. No obstante ha sido utilizada como una herramienta para generar desinformación como menciona (Revez, 2022):

(...) Las redes sociales digitales también parecen estar dificultando la adquisición de conocimientos sobre salud, pero ¿las actividades de los grupos de Facebook están mitigando el problema? Tratando de contrarrestar el impacto en la salud mental, las consecuencias negativas de la desinformación y fomentar un sentimiento de calma, confianza y seguridad, se creó un grupo de Facebook en Dinamarca, el grupo tiene una estricta política de moderación, manejando preguntas inapropiadas y la difusión de hechos falsos o desinformados. redes sociales, y revelan “perspectivas únicas sobre el potencial de Facebook en la comunicación de la salud; sin embargo, no se puede ignorar la posibilidad de la distintiva información-buscando el entorno de la pandemia del covid-19 (p. 9).

Las plataformas como Facebook no implican necesariamente asumir las noticias falsas ya que el tiempo de uso de la red no es variado entre los usuarios, la red social en sí misma no es un factor determinante, pero la predisposición emocional del usuario sí lo sería (Díaz y del Olmo, 2020).

2.1.6. Difusión y viralización de la infodemia en Facebook

El consumo de noticias por medio de la red social Facebook ha ido en incremento durante estos años, se podría decir que la pandemia aceleró el crecimiento de Adultos Mayores que comenzaron a informarse por esta red, por esta razón es importante resaltar lo que manifiesta Tsao et al. (2021) “las redes sociales pueden tener un papel crucial en la difusión de información de salud y la lucha contra infodemia y desinformación” (p. 175).

Es por eso que ahora que los Adultos Mayores usan con mayor regularidad Facebook como herramienta de información aunque en el contexto de la pandemia ha sido una herramienta de desinformación es necesario que ellos puedan diferenciar la información y saber diferenciar las noticias reales de las noticias falsas, agregando el uso correcto de la red, protegiendo la información personal, (Casero et al. 2023) menciona, que los avances digitales en las redes han sido base para la ampliación de noticias falsas y desinformación, con el nacimiento de nuevos actores del engaño que buscaban beneficiarse por medio de la dispersión de información falsa, creando desórdenes informativos e informaciones maliciosas. (p. 4)

2.1.7. Causas y efectos de la infodemia

La divulgación de informaciones falsas como comenta (Salaverría et al. 2020):

(...) El inédito impacto sanitario, social, económico y político de esta pandemia ha multiplicado la desinformación. Con las redes sociales como escenario principal, la proliferación de fabricaciones informativas, manipulaciones gráficas, teorías conspiratorias, contenidos intencionadamente descontextualizados y, en definitiva, embustes de todo tipo y condición, llevó en febrero de 2020 a la Organización Mundial de la Salud a alertar sobre una “infodemia” (p. 2)

Es por eso que la desinformación se ha convertido en los últimos años un tema que genera preocupación en los organismos nacionales e internacionales, siendo un problema (Llamas, 2020).

Para (García, 2020) comenta que:

(...) se establece un paralelismo entre la expansión geográfica de la pandemia y la expansión de la infodemia: a medida que el virus penetra en una región, crece el porcentaje de verificaciones en su territorio, lo que indica un aumento de información falsa producida (p. 6).

La pandemia generó que el consumo de información sea mayor, las personas buscaban todo tipo de contenido que los ayude a conocer más sobre la COVID-19, sin embargo, no todo lo que había en las redes sociales era cierto y las noticias eran abundantes, algunas de ellas eran de ayuda para la población, pero algunas otras solo provocaban pánico y temor en quienes las consumían.

CAPÍTULO III

3.1. Materiales y métodos

3.1.1 Metodología

La metodología aplicada en esta investigación es de tipo mixta, cuantitativa para establecer en número y porcentaje las respuestas obtenidas, cualitativa para la medición de los criterios y percepciones sobre la infodemia durante la pandemia de la COVID-19. El desarrollo de esta investigación se llevará a cabo en la Asociación de Pensionistas y Jubilados de la ciudad de Pasaje.

Se realizaron encuestas a los miembros de la Asociación de Pensionistas y Jubilados de la ciudad de Pasaje, con la finalidad de recolectar información sobre la Infodemia y Desinformación generada durante la pandemia de la COVID-19. Las entrevistas fueron aplicadas a especialistas, un comunicador y un psicólogo.

Los comunicadores tienen la responsabilidad de informar de manera consciente, esto se debe a que:

(...) El autor de esta investigación hace énfasis a la problemática que existe actualmente en cuanto a los contenidos que se difunden por internet sin que exista la certeza de que sean veraces, los mismos que no solo producen desinformación en la sociedad; sino que, en el caso de que se difunda información falsa sobre una persona también se estaría atentando contra su derecho al honor, al buen nombre, y la persona que se encargó de la creación y difusión de tal información no puede aducir que hace ejercicio de su derecho a la libertad de expresión, debido a que los derechos de una persona terminan cuando comienzan los derechos de los demás (David y Vayas, 2021, p.6)

La justificación de la aplicación de entrevistas a psicólogos y comunicadores y encuestas a adultos mayores para la investigación de la infodemia en adultos mayores durante la pandemia de COVID-19 se basa en la eficacia de estos métodos para obtener información detallada y profunda sobre los efectos de la sobrecarga de información y la desinformación en los adultos mayores. Según Schonfeld and Knapp (2014), las entrevistas permiten recopilar datos valiosos sobre la percepción y la interpretación de la información de los adultos mayores, mientras que los comunicadores tienen conocimientos sobre cómo las fuentes de información en línea influyen en la opinión y el comportamiento de los adultos mayores. “Además la encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación” (Hernández, Cantín, López y Rodríguez, 2010, p.3).

Para la aplicación de la encuesta, es necesario definir los criterios de inclusión y exclusión, como la edad, el género y la ubicación geográfica. En cuanto al diseño de la encuesta, es importante que las preguntas sean claras y fáciles de entender para los adultos mayores. Como señalan Lanuez y Fernández (2014) citados por Feria, Matilla y Mantecón (2020) la encuesta

es considerada como una entrevista con una guía de preguntas similar a la de un cuestionario, con la diferencia de que es unipersonal.

En relación a la aplicación de las entrevistas, es necesario identificar al psicólogo y comunicador que se ajusten a los criterios establecidos para la investigación. Según Díaz, Torruco, Martínez y Varela (2013) “La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (p. 3). Además, para el diseño de la guía de entrevista, es importante que las preguntas permitan obtener información detallada sobre los temas de interés y sean claras para los entrevistados (Braun and Clarke, 2012).

Ambos métodos tienen ventajas específicas para obtener información valiosa sobre los patrones de información y comportamientos de los adultos mayores, así como las percepciones e interpretaciones de la información, a la vez que permiten un análisis profundo de los datos recopilados, lo que facilita la obtención de información detallada y confiable sobre los efectos de la infodemia en los adultos mayores.

Tabla 1

Cuadro de entrevistados

Nombre del entrevistado	Desempeño
Josue Holguín	Psicólogo Clínico del Hospital “Teofilo Dávila”
Pablo Granda	Licenciado en Comunicación

Fuente: creación propia

CAPÍTULO IV

4.1. Resultados y discusiones

4.1.1. Resultados de las entrevistas

Tabla 2

Análisis de la entrevista

Nombre del entrevistado	Análisis
Josue Holguín (Psicólogo clínico)	Esta es una entrevista sobre el impacto de las noticias de Facebook de COVID-19 y la vacunación entre los adultos mayores. De acuerdo a lo mencionado por el psicólogo clínico, tanto las noticias informativas como las desinformativas se compartieron en esta red social, y los adultos mayores fueron más susceptibles a la información debido a su disposición a escuchar y considerar las opiniones de los demás. Facebook se utilizó como una herramienta para comunicarse con las personas, pero las noticias negativas y falsas afectaron su percepción de la realidad. El miedo a morir y la incertidumbre fueron las preocupaciones más comunes entre los adultos mayores, por la influencia de noticias y testimonios de personas con COVID-19 en Facebook, desatando problemas de ansiedad, estrés y depresión. La información errónea en esta red social influyó en la percepción de los adultos mayores sobre la COVID-19 y la vacunación, afectando negativamente su proceso de toma de decisiones y potencialmente empeorando su salud mental.
Pablo Granda (Comunicador)	Durante esta entrevista se afirma que WhatsApp, Facebook y Twitter fueron las plataformas más utilizadas, Facebook y WhatsApp tuvieron el mayor impacto en la difusión de información falsa o no verificada. Se cree que hubo un exceso de información sobre COVID-19, lo que causó miedo y ansiedad en las personas, particularmente en las de 65 años o más. También se menciona la prevalencia de noticias falsas en Facebook, con un estimado de 70-75% de noticias falsas, según Pablo Granda, es decir, personas

	de 40 a 60 años y mayores de 70 años compartieron estas noticias falsas en sus perfiles, a menudo con buenas intenciones, pero sin darse cuenta del daño que podrían causar. El entrevistado cree que la razón principal de la difusión de noticias falsas es el deseo de poder y control sobre la información, fomentando el miedo y la incertidumbre que contribuyeron a la propagación de noticias falsas durante la pandemia.
--	---

Fuente: creación propia

4.1.2. Resultados de las encuestas

Tabla 3

Género

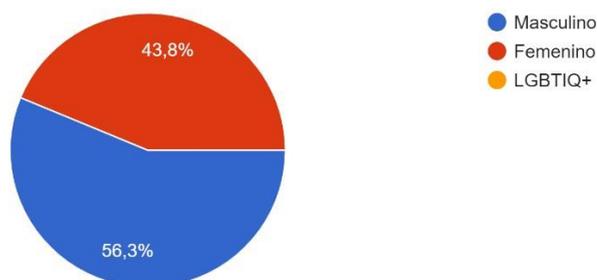
Género		
Variable	Recuento	Porcentaje
Masculino	45	56,3%
Femenino	35	43,8%
LGBTIQ+	0	0%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 1

Género

Género
80 respuestas



Fuente: creación propia

En la siguiente encuesta aplicada a los adultos mayores de la Asociación de Jubilados y Pensionistas de la ciudad de Pasaje para conocer las causas y consecuencias de la infodemia, se obtuvo en primera instancia que existe una mayoría por parte del género masculino (56,3%), mientras que es menor la presencia de mujeres (43,8%). Sin embargo, la diferencia es solo de 10 personas, se podría decir que existe una presencia casi equitativa de los dos géneros.

Tabla 4

Edades

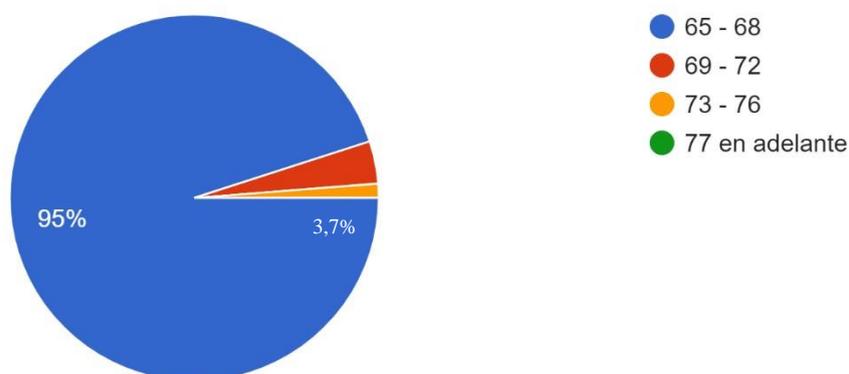
	Edad	
Variable	Recuento	Porcentaje
65 – 68	76	95%
69 – 72	3	3,7%
73 – 76	1	1,2%
77 en adelante	0	0%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 2

Edades

Edad
80 respuestas



Fuente: creación propia

El análisis de la edad de los encuestados muestra que la gran mayoría, un 95%, se encuentra en el rango de 65-68 años. Solo un pequeño porcentaje, el 3,7%, se encuentra en el rango de 69-72 años y un 1,2% se encuentra en el rango de 73-76 años. Esto indica que la muestra de la encuesta está compuesta principalmente por adultos mayores en el rango de 65-68 años.

Tabla 5

Uso de Facebook durante la pandemia

¿Qué tanto utilizaba la red social Facebook durante la pandemia?

Variables	Recuento	Porcentaje
-----------	----------	------------

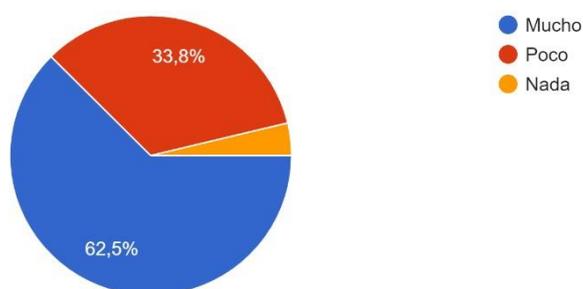
Mucho	50	62,5%
Poco	27	33,8%
Nada	3	3,7%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 3

Uso de Facebook durante la pandemia

¿Qué tanto utilizaba la red social Facebook durante la pandemia?
80 respuestas



Fuente: creación propia

En la encuesta, se preguntó a los adultos mayores sobre su uso de la red social Facebook durante la pandemia de COVID-19. El 62,5% de los encuestados, que equivale a 50 adultos mayores, respondió que utilizaban mucho Facebook, lo que sugiere que esta red social fue una fuente importante de información para ellos durante la pandemia. Por otro lado, un 37,5% de los adultos mayores respondieron que el uso de esta red social durante la pandemia fue poco o nada. Estos resultados indican que la mayoría de los adultos mayores encuestados estuvieron expuestos a la información que se compartió en Facebook durante la pandemia.

Tabla 6

Consumo de información sobre la Covid-19 en Facebook

¿Usted consumía información de la red social Facebook sobre la Covid-19 durante la pandemia?

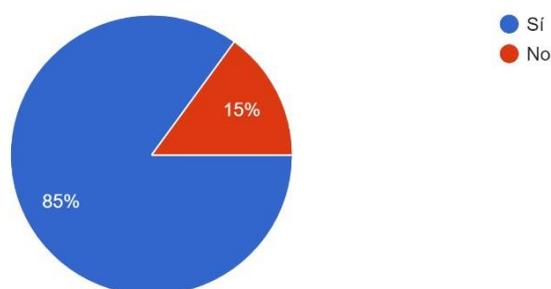
Variables	Recuento	Porcentaje
Sí	68	85%
No	12	15%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 4

Consumo de información sobre la Covid-19 en Facebook

¿Usted consumía información de la red social Facebook sobre la Covid-19 durante la pandemia?
80 respuestas



Fuente: creación propia

A partir de estos resultados, podemos concluir que una gran mayoría de los adultos mayores que respondieron a la encuesta que si consumían información sobre la COVID-19 en Facebook durante la pandemia (85%). Sin embargo, también podemos notar que todavía hay una minoría significativa (15%) que no lo hizo. Es decir, una parte mayoritaria de los adultos mayores veían en la red social Facebook una fuente de información para enterarse de los hechos que sucedieron durante la pandemia sobre la situación de la COVID-19.

Tabla 7

Influencia de las noticias sobre la Covid-19

¿Cómo influyeron las noticias que observaba en la red social Facebook sobre la Covid-19?

Variables	Recuento	Porcentaje
Mucho	41	51,2%
Poco	25	31,3%

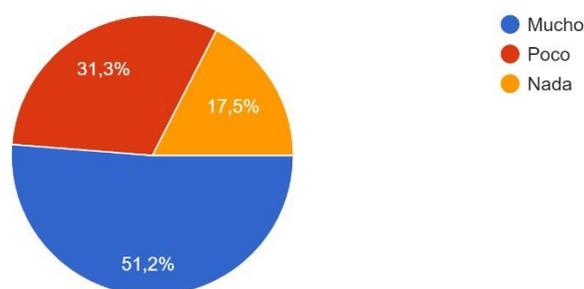
Nada	14	17,5%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 5

Influencia de las noticias sobre la Covid-19

¿Cómo influyeron las noticias que observaba en la red social Facebook sobre la Covid-19?
80 respuestas



Fuente: creación propia

La mayoría de los adultos mayores que respondieron a la encuesta (51,2%) afirmaron que las noticias que observaban en Facebook sobre la COVID-19 influyeron mucho en su opinión, mientras que en un grupo minoritario se encontraban quienes afirmaron que no influyeron en absoluto (17,5%). Además, otro 31,3% dijo que estas noticias influyeron poco en su opinión. Este resultado indica que las noticias que se ven en Facebook sobre la COVID-19 tienen un impacto significativo en la opinión de los adultos mayores sobre la pandemia, y que es importante tenerlo en cuenta al considerar los medios y canales de comunicación para informar a la población.

Tabla 8

Información en Facebook durante la pandemia

¿Creía en toda la información que veía en Facebook sobre la Covid-19 durante la pandemia?

Variables	Recuento	Porcentaje
Sí	50	62,5%

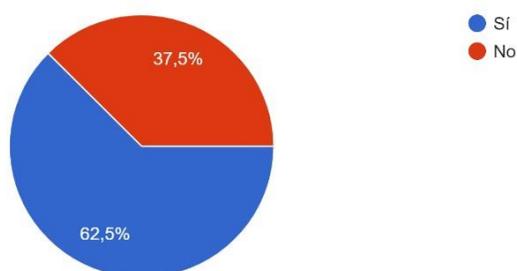
No	30	37,5%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 6

Información en Facebook durante la pandemia

¿Creía en toda la información que veía en Facebook sobre la Covid-19 durante la pandemia?
80 respuestas

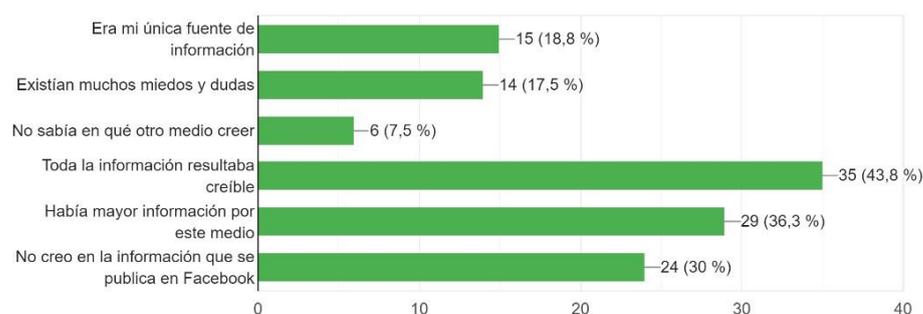


Fuente: creación propia

Gráfico 7

Razones

¿Porqué?
80 respuestas



Fuente: creación propia

Un 62,5% de los encuestados afirmaron que creían en toda la información que veían en Facebook sobre la COVID-19 durante la pandemia. Sin embargo, es importante destacar que el 37,5% respondió que no. De acuerdo a estos resultados se obtuvo que las personas que veían en Facebook una fuente de información era en gran parte porque denominaban todo lo que se

publicaba por esta red como contenido creíble, seguido de que para ellos era un medio donde existía mayor información, para algunos era su única fuente de información y finalmente no sabían en qué otro medio creer. Es decir, la mayor parte de la población encuestada prefería este medio por los beneficios y la accesibilidad que les brindaba.

Tabla 9

Infodemia en redes sociales

¿Tienen conocimiento de lo que es la infodemia en redes sociales?

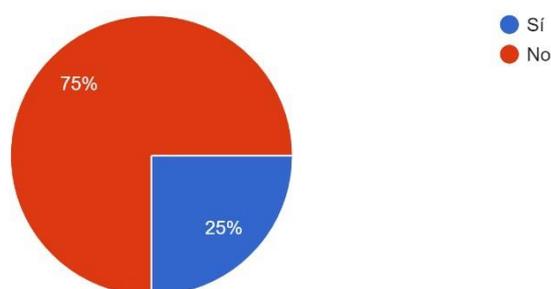
Variables	Recuento	Porcentaje
Sí	20	25%
No	60	75%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 8

Infodemia en redes sociales

¿Tienen conocimiento de lo que es la infodemia en redes sociales?
80 respuestas



Fuente: creación propia

Se encontró que solo el 25% de los adultos mayores encuestados (20 personas) afirmaron tener conocimiento de lo que es la infodemia en redes sociales, mientras que el 75% restante (60 personas) dijo no tener conocimiento de este término. Esto indica que hay una falta de conocimiento sobre el concepto de infodemia entre la mayoría de los adultos mayores

encuestados, por lo que les resulta difícil diferenciar entre noticias falsas e información veraz. Es importante destacar la relevancia de fomentar la educación en torno a este tema, especialmente en la era digital en la que nos encontramos.

Tabla 10

Noticias que consumían durante la pandemia

¿Cuáles eran las noticias que consumían durante la pandemia sobre la Covid-19?

Variables	Recuento	Porcentaje
Proceso de vacunación	24	30%
Remedios caseros contra la enfermedad	27	33,8%
Proceso de higiene para evitar contagios	5	6,3%
Número de contagiados	52	65%
Número de fallecidos	51	63,7%
Total	159	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 9

Noticias que consumían durante la pandemia

¿Cuáles eran las noticias que consumían durante la pandemia sobre la Covid -19?
80 respuestas



Fuente: creación propia

En la pregunta, se encontró que la mayoría de los adultos mayores encuestados mostraron interés en noticias relacionadas con el impacto de la pandemia. El 65% y el 63.7% de los encuestados expresaron que consumían noticias sobre el número de contagiados y el número de fallecidos, respectivamente. Estos resultados pueden indicar una preocupación generalizada de los adultos mayores sobre la gravedad de la pandemia y su impacto en la salud pública. Por otro lado, el 33.8% de los encuestados afirmó estar interesado en remedios caseros contra la enfermedad, lo que podría indicar que buscaban formas alternativas de mantener su salud durante la pandemia. Además, el otro 30% indicó estar interesado en noticias sobre el proceso de vacunación. En general, los resultados de esta pregunta sugieren que los adultos mayores se encontraban altamente interesados en mantenerse informados sobre la Covid-19 y sus implicaciones, especialmente en términos de contagios y fallecimientos, y por esta razón buscaban información de diversas fuentes para mantenerse actualizados.

Tabla 11

Noticias falsas durante la pandemia

¿Cuántas noticias de las que consumió resultaron ser falsas sobre Covid-19 durante la pandemia?

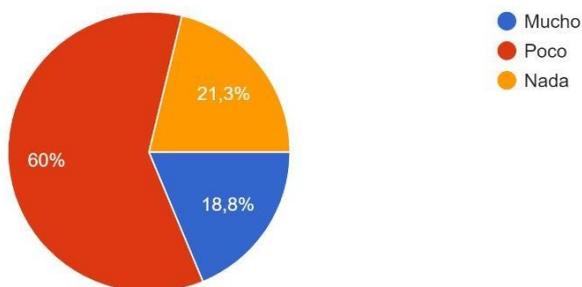
Variables	Recuento	Porcentaje
Mucho	15	18,8%
Poco	48	60%
Nada	17	21,3%
Total	80	100%

Fuente: creación propia

Gráfico 10

Noticias falsas durante la pandemia

¿Cuántas noticias de las que consumió resultaron ser falsas sobre Covid - 19 durante la pandemia?
80 respuestas



Fuente: creación propia

En base a las respuestas de la encuesta, el 18,8% (15 adultos mayores) de los encuestados afirmaron haber consumido noticias falsas con frecuencia sobre la Covid-19 durante la pandemia. El 60% (48 adultos mayores) afirmaron haber consumido noticias falsas en menor medida, mientras que el 21,3% (17 adultos mayores) aseguraron no haber consumido noticias falsas durante ese periodo. Esto destaca la importancia de verificar la veracidad de las noticias antes de compartirlas o creerlas. Se puede concluir que un gran porcentaje de adultos mayores encuestados sigue considerando que la mayoría de las noticias que consumía durante la pandemia sobre Covid-19 no eran falsas.

Tabla 12

Nivel de afectación de las noticias falsas sobre la Covid-19

¿Afectaron estas noticias falsas sobre la Covid-19 en el proceso de vacunación?

Variables	Recuento	Porcentaje
Sí	54	67,5%
No	26	32,5%
Total	80	100%

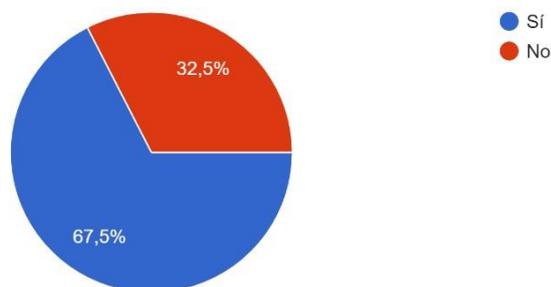
Fuente: creación propia

Gráfico 11

Nivel de afectación de las noticias falsas sobre la Covid-19

¿Afectaron estas noticias falsas sobre la Covid - 19 en el proceso de vacunación?

80 respuestas



Fuente: creación propia

Aunque solo un 18,8% de los encuestados consideró que existieron muchas noticias falsas sobre este tema, según la pregunta anterior, se logra evidenciar que de este número un 67,5% expresaron que las noticias falsas sobre la Covid-19 afectaron el proceso de vacunación. Por otro lado, un 32,5% de los encuestados respondió que no percibieron una influencia negativa en el proceso de vacunación debido a las noticias falsas. Es importante destacar que estas respuestas pueden reflejar la preocupación de los adultos mayores acerca de la veracidad de la información y su impacto en su salud y bienestar.

4.1.1. Discusiones

De acuerdo a la investigación realizada se puede definir que la desinformación existe desde antes de la pandemia, sin embargo, durante este periodo de tiempo se intensificó y el grupo más vulnerable ante esta información fueron los adultos mayores, confirmando de este modo lo mencionado en investigaciones pasadas sobre los efectos de la infodemia en los adultos mayores.

En estudios anteriores se menciona a las redes sociales y/o plataformas digitales como un medio donde se puede encontrar diversa información, sin embargo, en este estudio se analizó la red social Facebook y según expertos se la define como una plataforma donde existe una cantidad de información abundante, a pesar de que algunos medios la han visto como un instrumentos

para informar, también ha sido utilizada para compartir contenido poco veraz y sin fundamentos, hecho que se dió durante la pandemia sobre la Covid-19.

4.2 Conclusiones y recomendaciones

En conclusión, se puede afirmar que la infodemia en la red social Facebook durante la pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto significativo en los adultos mayores de la Asociación de Jubilados y Pensionistas del Cantón Pasaje. A través del análisis de los resultados obtenidos, se ha identificado una serie de causas y efectos asociados a la difusión de información falsa o engañosa en esta población.

Entre las causas identificadas se encuentran la falta de acceso a información veraz y confiable, la desinformación por parte de fuentes no confiables y la falta de regulación y control de la información en las redes sociales como en este caso Facebook, por otro lado, los efectos identificados incluyen el aumento del estrés y la ansiedad, la adopción de comportamientos inadecuados para prevenir el COVID-19, la disminución de la confianza en las autoridades sanitarias y la propagación de información errónea.

Según los resultados obtenidos en las encuestas, se puede concluir que la desinformación en redes sociales, como Facebook, afecta significativamente al Adulto Mayor. El 85% de los encuestados afirmó haber visto información falsa o engañosa sobre el COVID-19 en esta plataforma, lo que generó confusión y miedo en un 70% de ellos. Los expertos entrevistados también manifestaron que los adultos mayores realizaron actividades como compartir contenido en sus perfiles que en muchos de los casos no era veraz.

Los resultados del análisis permiten concluir que la existencia de la infodemia y desinformación en Facebook es causada por diversos factores, como la facilidad para compartir información, la falta de control en la verificación de la información, la falta de regulación y sanción para las cuentas que difunden información falsa, y el aprovechamiento comercial de la información para generar clics y visitas en las páginas web.

Se puede concluir que la infodemia en Facebook tuvo efectos negativos en los Adultos Mayores en Pandemia. De acuerdo a las entrevistas realizadas se obtuvo que un número representativo de adultos mayores manifestó haber sentido miedo y confusión debido a la información falsa, lo que los llevó a tomar medidas exageradas para protegerse del virus.

Finalmente se puede definir a la infodemia como un hecho muy consecuente dentro de la red social Facebook, que algunos han logrado identificar, sin embargo, para el grupo de adultos mayores el rango de probabilidad para reconocer una noticia falsa es bajo, ellos tienden a pensar que el contenido divulgado dentro de esa plataforma es el adecuado, este se debe al poco conocimiento y a la poca alfabetización digital que sigue existiendo hasta la actualidad.

4.3 Recomendaciones

Es necesario diseñar capacitaciones dirigidas a los adultos mayores con la finalidad de educarlos sobre lo que es la infodemia y como pueden identificar este fenómeno dentro de plataformas digitales o redes sociales tan comunes y utilizadas a gran escala, como Facebook, a la vez que se genera conciencia sobre la información engañosa.

Para futuras investigaciones, se recomienda ampliar el alcance del estudio a otros grupos de edad y a otras regiones geográficas, a fin de comprender mejor el impacto de la infodemia en la salud pública y en la sociedad en general. También se podría profundizar en la identificación de los factores que influyen en la propagación de información falsa y engañosa en las redes sociales, lo que permitiría diseñar estrategias más efectivas para combatir la desinformación.

Y para concluir se podría implementar en investigaciones futuras, la indagación de noticias en la red social Facebook, con la finalidad de conocer las políticas de publicación de contenido de este medios y así poder identificar cuáles serían las causas que provocan la propagación de información engañosa o poco confiable.

Referencias Bibliográficas

- Alonso González, M. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 1–25. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e139>
- Álvarez-Daza, N., Pico-Valencia, P., Holgado-Terriza, J. A. (2021). Detección de noticias falsas en redes sociales basada en aprendizaje automático y profundo: Una breve revisión sistemática. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, 41(2), 632–346. <https://cutt.ly/V8m3rb2>
- Araujo, T., Siqueira, V., & Santos, F. (2016). Análise de questionários: uma revisão bibliográfica. [Analysis of questionnaires: a literature review]. *Revista Hórus*, 10(4), 222-233. <https://doi.org/10.15628/horus.2016.3787>
- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. In H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology*, Vol. 2: Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological (Vol. 2, pp. 57–71). American Psychological Association, x. <https://doi.org/10.1037/13620-004>
- Cardozo, C., Martín, A., Saldaño, V., & Gaetán, G. (2020). Una propuesta para mejorar la experiencia de los adultos mayores con las redes sociales. *Tecnología, ciencia y educación*, 16, 113–142. <https://doi.org/10.51302/tce.2020.445>
- Casero-Ripollés, A., Doménech-Fabregat, H., & Alonso-Muñoz, L. (2023). Percepciones de la ciudadanía española ante la desinformación en tiempos de la COVID-19. En *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes* (Vol. 21, Issue 1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1988>

Contreras-Pizarro, Carlos H., Maza Olivares, Alicia Jimena, Basilio Flores, Yajayra Luz, & Valle, Rubén. (2022). Publication of fake news during the COVID-19 pandemic in Peru.

Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 33, e1947. Epub 01 de agosto de 2022. Recuperado en 02 de marzo de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132022000100025&lng=es&tlng=en.

Córdova, R. S. (2021). Noticias falsas y su impacto en la sociedad en épocas de pandemia. Social Innova Sciences, 2(2), 6-17. <https://doi.org/10.58720/sis.v2i2.49>

David, F., & Vayas, V. (2021). La difusión de noticias falsas en medios de comunicación digital y la responsabilidad penal del comunicador [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8508>

David, T. S., & Carlos, E. P. (2021). Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news. Editorial UNED. <https://play.google.com/store/books/details?id=fDhAEAAAQBAJ>

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. https://scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es

Díaz, J. B., & del Olmo, F. J. R. (2020). Comunicar en tiempos de crisis en las redes sociales. Estrategias de verificación e intermediación informativa en los casos de Facebook, Instagram y Twitter durante la COVID-19. *Hipertext.net*, 21, 115–125. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.10>

Silva, F. L., De Marchi, A. C. B., & Scortegagna, S. A. (2018). Facebook como espacio de apoyo social para adultos mayores. *Universitas Psychologica*, 17(3). <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/12813>

- Feria Avila, H., Matilla González, M. ., & Mantecón Licea, S. . (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica?. *Didasc@lia: Didáctica Y educación* *issn* 2224-2643, 11(3), 62–79.
<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- García-Marín, D. (2020). Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas fake y fact-checking en la crisis de la Covid-19 // Global infodemic: Information disorders, false narratives, and fact checking during the Covid-19 crisis. *Profesional de la información*, 29(4). <http://eprints.rclis.org/40345/>
- García-Marín, D., & Merino-Ortego, M. (2022). Desinformación anticientífica sobre la COVID-19 difundida en Twitter en Hispanoamérica. *Cuadernos.info*, 52, 24–46.
<https://doi.org/10.7764/cdi.52.42795>
- Gómez, D. (2022). Psicoterapia en tiempos de pandemia: mito y realidad. *Revista Hispanoamericana de Ciencias de la Salud*, 8(2), 73–74.
<https://doi.org/10.56239/rhcs.2022.82.551>
- González, M. C. A. (2022). Uso de Facebook y WhatsApp en la actividad educativa. En *Revista Guatemalteca de Cultura* (Vol. 2, Issue 2, pp. 16–24).
<https://doi.org/10.46954/revistaguatcultura.v2i2.22>
- Hernández, M. A., Cantin Garcia, S., Lopez Abejon, N., & Rodriguez Zazo, M. (2010). Estudio de encuestas. *Estudio de Encuestas*, 100.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24005w/Estudio_cuentas_S13.pdf
- Limas Suárez, S. J., & Vargas Soracá, G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en la educación superior: ventajas y desventajas. *Educación y Educadores*.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-12942020000400559
- Llamas, N. M. (2020). Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los

- decálogos contra las fake news / Disinformation and media literacy from the institutions: the decalogues against fake news. *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, 10(20), 111–134. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v10i20.675>
- Lozoya, S. V. M., Guirado, M. A. Z., Zapata González, A., & López, A. B. M. (2022). Use of Technologies and Self-Efficacy in Older Adults. *IEEE Revista Iberoamericana de Tecnologías del Aprendizaje*, 17(2), 125–130. <https://doi.org/10.1109/RITA.2022.3166870>
- Morales, M. A., García, L. S., & Ledezma, H. G. (2018). Rol de las redes sociales en el desarrollo físico y mental de los adultos mayores. *Correspondencias & análisis*, 8, 208–218. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7073507>
- Muñoz, R. C., & Barbero, F. L. (2018). Inclusión digital y envejecimiento activo: la participación de los mayores en las redes sociales / Digital inclusion and active aging: the participation of the elderly in social networks. En *Aula Abierta* (Vol. 47, Issue 1, p. 113). <https://doi.org/10.17811/rifie.47.1.2018.113-122>
- Pulido, M. B., Soto, Á. D., Lozano, F. M., & Peña, W. Q. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, 1(1), 123–148. <https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.29>
- Renteria Montanez, M. A. (2022). Análisis de la difusión del entorno 2.0 en adultos mayores del Centro Cultural San Borja. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7bd95268-654b-4683-885d-73ae155dc43b/content>
- Revez, J. (2022). REDES SOCIALES Y DESINFORMACIÓN EN SALUD: EL CASO DE FACEBOOK. *Revista EDICIC*, 2(3). <http://ojs.edicic.org/index.php/revistaedicic/article/view/106>

- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65–74.
<https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *Professioni infermieristiche*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Salje, H., Tran Kiem, C., Lefrancq, N., Courtejoie, N., Bosetti, P., Paireau, J., Andronico, A., Hozé, N., Richet, J., Dubost, C.-L., Le Strat, Y., Lessler, J., Levy-Bruhl, D., Fontanet, A., Opatowski, L., Boelle, P.-Y., & Cauchemez, S. (2020). Estimating the burden of SARS-CoV-2 in France. *Science*, 369(6500), 208–211.
<https://doi.org/10.1126/science.abc3517>
- Sánchez-Duarte, J. M., & Rosa, R. M. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. *Revista española de comunicación en salud*, 31-41. <https://cutt.ly/i8m93kZ>
- Sunkel, G., & Ullmann, H. (2019). Las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital. *Revista de la CEPAL*, 2019(127), 243–268.
<https://doi.org/10.18356/db143bd3-es>
- Tsao, S.-F., Chen, H., Tisseverasinghe, T., Yang, Y., Li, L., & Butt, Z. A. (2021). What social media told us in the time of COVID-19: a scoping review. *The Lancet. Digital Health*, 3(3), e175–e194. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30315-0](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30315-0)
- York Cornwell, E., & Goldman, A. W. (2021). Local Ties in the Social Networks of Older Adults. *The Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, 76(4), 790–800. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbaa033>

Anexos

Preguntas de la Encuesta

Género

- Masulino
- Femenino
- LGBTIQ+

Edad

65 - 68

69 - 72

73 - 76

77 en adelante

¿Qué tanto utilizaba la red social Facebook durante la pandemia?

Mucho

Poco

Nada

¿Usted consumía información de la red social Facebook sobre la Covid-19 durante la pandemia?

sí

no

¿Cómo influyeron las noticias que observaba en la red social Facebook sobre la Covid-19?

Mucho

Poco

Nada

¿Creía en toda la información que veía en Facebook sobre la Covid-19 durante la pandemia?

Sí

No

¿Por qué?

- Era mi única fuente de información
- Existían muchos miedos y dudas
- no sabía en qué otro medio creer
- Toda la información resultaba creíble
- Había mayor información por este medio
- No creo en la información que se publica en Facebook

¿Tienen conocimiento de lo que es la infodemia en redes sociales?

Sí

No

¿Cuáles eran las noticias que consumían durante la pandemia sobre la Covid -19?

Proceso de vacunación

Remedios caseros contra la enfermedad

Proceso de higiene para evitar contagios

Número de contagias que existían

Número de fallecidos

Otro ____

¿Cuántas noticias de las que consumió resultaron ser falsas sobre Covid - 19 durante la pandemia?

Mucho

Poco

Nada

¿Afectaron estas noticias falsas sobre la Covid - 19 en el proceso de vacunación?

Si

No

Respuestas de las entrevistas:

Comunicador: Pablo Granda

¿Cuál fue el medio o red social por la cuál se propagaron más noticias sobre Covid-19 durante la pandemia?

Yo creo que había varias redes sociales a través de las cuales se transmitía información durante la pandemia. Una de ellas es WhatsApp, otra es Facebook y Twitter, aunque esta última en menor cantidad. Creo que las redes sociales que tuvieron un mayor impacto en la difusión de información falsa o no verificada durante la pandemia fueron Facebook y WhatsApp.

¿Existió un exceso de información sobre el covid-19 y cómo lo tomaron las personas?

Yo creo que sí existió un exceso de información. Hay que verlo por etapas, por la desesperación de la ciudadanía, de la gente y los distintos segmentos de la población a los cuales atacó el virus. Recordemos que el virus empezó diciendo que solo atacaba a las personas adultas mayores y, por lo tanto, fueron los más vulnerables y los primeros en despertar sus alertas e interesarse en qué es lo que estaba sucediendo y qué estaba pasando. El adulto mayor, considerado en este país como alguien mayor de 65 años, no es un tema menor ni para despreciarse. Gente que tenía 60, 65 años, por lo menos mis padres, que estaban cuando empezó la pandemia, algunos alrededor de los 62 años, igual me decían: "tengo miedo, tengo temor, porque dicen que este virus ataca a las personas adultas mayores". Y claro, mi madre pasaba en Facebook revisando las noticias y me decía: "mira hijo mía, cómo es esto, mira cómo está atacando de esta forma, ya está en tal país, ya llega a nosotros, ya va a llegar acá". Tomó mucho más fuerza cuando en marzo del año 2020 llega a Ecuador, pero los meses previos de que llegue a Ecuador, ya se conocía cierta información y mi madre, que maneja bastante Facebook, ella me iba comentando y a medida que iba avanzando, la angustia iba creciendo, la desesperación iba creciendo, porque ya cuando llegó a Ecuador, cuando ya atacó a la primera persona, cuando ya hubo el primer fallecimiento y así sucesivamente, creo que vivimos una primera etapa y más o menos hasta finales de 2020. Y ya luego vino la etapa de la cura o de buscar la solución. Creo que vivimos otra situación en la que decían que te tomes el agüita de tal, la plantita de tal, que te tomes esta pastilla y que esto cura. La cantidad de información fue impresionante que obviamente provocó mucha desesperación porque no había canales oficiales y propios de qué es lo que se tenía que hacer frente a la pandemia.

¿Quiénes consumían un mayor número de información?

En principio, creo que no solo las personas mayores de 65 años, sino también las que se encuentran en un rango de edad entre 35 y 40 años hacia adelante, buscaron información durante la pandemia. Sin embargo, considero que la mayor cantidad de personas que buscó información

fueron los mayores de 65 años, y tal vez esto se debió a su desconocimiento sobre cómo utilizar de manera efectiva las redes sociales y cómo contrastar la información para determinar si era falsa o no. Muchas veces se dejaban llevar por noticias que leían y las transmitían rápidamente, como si se tratara de prender un papel. Esto era complejo, porque a menudo se trataba de información falsa o noticias que no contribuían a la tranquilidad de la gente.

¿Las emociones generadas por el consumo de noticias eran más positivas o negativas entre los adultos mayores?

Yo creo que las noticias eran más negativas, por lo menos hasta la existencia de la vacuna, y eso ya estamos hablando a mediados de 2021. Creo que vivimos un año completamente de angustia, desesperación y de información falsa por todas partes.

¿Cuál era la emoción más común entre las audiencias?

Yo creo que la desesperación, la angustia y el estado emocional negativo

¿Qué tan grande fue la existencia de fake news en Facebook ?

Muy exagerado, al menos el 70-75% de las noticias no eran ciertas.

¿Quiénes compartían más las noticias que estaban en Facebook?

Yo creo que tal vez las personas, como mencioné antes, en un rango de 40-60 años, y algunos mayores de 70, que son los que normalmente consumen Facebook en nuestro país, provincia y ciudad, compartían estas noticias falsas. Creo que lo hacían sin mala intención, pero deseaban informar a la gente sobre formas de curar y prevenir el COVID-19. Compartían información sobre cómo tomar dióxido de cloro y advertían que no tomaran pastillas, ya que estas debilitan el sistema inmunológico.

¿Cuál crees que sea la principal razón por las que se generan noticias falsas?

Bueno, yo tengo varias apreciaciones al respecto. En primer lugar, el tema del dominio, según dicen, el que tiene la información tiene el poder. Es decir, quien maneja los datos y la información es quien puede controlar a la masa, a la audiencia. Creo que en parte, sí hubo una intencionalidad detrás de la propagación de cierta información para generar desesperación y angustia en la ciudadanía y la sociedad en general. Además, más allá de la pregunta en sí, creo que el COVID-19 fue creado y que fue un virus introducido por grandes sociedades y potencias con el fin de obtener control económico, de armas y de otras cuestiones. En mi opinión, estamos viviendo una época de guerra biológica, ya que esto se está pensando y haciendo actualmente. Por lo tanto, creo que las noticias falsas fueron impulsadas por un grupo con la intención de dominar. Por otro lado, pienso que muchas personas generaron y propagaron este tipo de noticias sin mala intención, pero sí generaron mucha incertidumbre y desesperación en la sociedad.

Psicólogo Clínico: Josue Holguin

¿Desde su perspectiva cree que existió un grado de información falsa alto en las noticias que se compartían en Facebook?

Sí, en general las noticias en Facebook eran tanto informativas como desinformativas. Yo diría que si no veías noticias, no te informabas, pero si las veías, te desinformabas. Esto generó que las personas tuvieran cierto temor, especialmente los adultos mayores. Recordemos que al inicio de la pandemia, el grupo vulnerable eran los adultos mayores y ellos eran los que fallecían. Entonces, ese temor de que no había nada que hacer, no había cómo salir, no había cómo realizar ningún trabajo, los llevó a refugiarse en los celulares, en las redes sociales, viendo experiencias, noticias, muertes, fallecidos, enfermedades. Esto creó en ellos un temor, una sensación de alarma y preguntarse qué va a pasar con ellos. Hubo una desinformación, gente que se aprovechó de eso y gente que quiso verse importante, generando y compartiendo noticias, muchas de ellas falsas.

¿Es más fácil influir en las decisiones de las personas adultas mayores que en las demás personas?

Yo creo que en el caso de los adultos mayores, en lugar de ser más fáciles de influenciar, son más accesibles a la información debido a que suelen escuchar con más atención y considerar las opiniones de los demás. Mientras que los jóvenes pueden ser más firmes en sus ideales y conversaciones, los adultos mayores pueden tener creencias arraigadas que los hacen más susceptibles a ser influenciados. Por ejemplo, algunos adultos mayores podrían haber creído en la efectividad de tomar ciertas aguas o líquidos para curar enfermedades, y esto los hizo más accesibles a la información errónea y consejos peligrosos. En resumen, el temor a morir no necesariamente los hace más accesibles a la influencia, pero su disposición a escuchar y considerar las opiniones de los demás podría haberlos hecho más susceptibles a recibir información falsa.

¿Afectaron estas noticias que existían en las redes sociales como en este caso Facebook en el proceso de vacunación de las personas adultas mayores?

Influyó negativamente en la sociedad. Facebook es una red social muy accesible y fácil de usar, por eso la utilizan niños, jóvenes y adultos. En el caso de los adultos mayores, la falta de información adecuada sobre cómo protegerse del COVID-19 generó temor e incertidumbre. En Facebook, vieron noticias que decían que si te vacunas, también te vas a morir, lo que les hizo sentir como si estuvieran entre la espada y la pared: o mueren por el virus o mueren por la vacuna. El poder mediático a través de Facebook influyó negativamente en su percepción de la situación.

Creo que es importante tener un poder mediático positivo y efectivo. En el caso de los adultos mayores, Facebook les permitía conectarse con personas de Europa y América del Norte, y algunas de estas personas les decían que alguien se había vacunado y había sufrido trombosis,

paro cardíaco, hipertensión y diabetes. Esto hizo que los adultos mayores pensarán que si se vacunaban, les pasaría lo mismo, por lo que preferían no vacunarse ni asistir a ningún centro de vacunación. Estas situaciones demuestran cómo Facebook puede ser una herramienta útil para comunicarnos con otras personas, pero también puede ser mal utilizada al compartir noticias negativas y falsas que afectan negativamente nuestra percepción de la realidad.

¿Cuáles eran las preguntas o miedos más frecuentes entre las personas adultas mayores o incluso de sus familiares?

Sí, para ellos el temor y el miedo a morir era muy fuerte cuando estaban hospitalizados. Se les recomendaba que no usaran el teléfono ya que a través de las redes sociales podían ver cómo estaban sucediendo los acontecimientos en el mundo, las muertes que estaban ocurriendo. Si se hacían videollamadas, pero no se les permitía ver las noticias porque les generaba la idea de que iban a morir. Facebook fue un sistema muy perjudicial en este sentido, lo que hizo que la persona se volviera ansiosa, depresiva, con malos pensamientos y que hiciera cosas que no debía hacer. Esto en el adulto mayor crea incertidumbre, estrés, ansiedad, crisis nerviosas, preguntas sobre qué pasará con su esposa, hijos y nietos. Por eso, se recomendó que no se use el teléfono en estos casos.

¿Qué tipo de información que se compartía en facebook fue la que más influyó entre los adultos mayores?

Creo que lo que más influyó aparte del número de fallecidos fue el testimonio de gente que decía "estoy con covid día 1" y comenzaba a relatar día por día, y muchos de esos casos se veía el deterioro de la persona conforme pasaban los días. Esto provocaba que esa imagen se quedaría en la mente de las personas adultas mayores. Muchos de los adultos mayores tendían a creer que si a los jóvenes les afectaba de esa forma, las consecuencias en ellos iban a ser aún peores.

Entonces, el adulto mayor decía "tengo que llegar al día 12-13 y mire, el de aquí se murió", porque muchos de ellos se morían. El adulto mayor o la persona común creía que los primeros días son sin síntomas, que al quinto tendría el primer síntoma, que al noveno o décimo día tenía que ingresar y lo que le esperaba era la muerte. Ellos sabían que todos los días eran miles y miles de muertos, pero lo que más impactaba era ver los testimonios de las personas. Luchar con esas ideas que se plasman en Facebook y en redes sociales, el poder mediático, hizo que el adulto mayor tenga esa incertidumbre, temor y ansiedad, y fue difícil luchar contra eso. Pero creo que ahora se ha estabilizado en algo esa desinformación que tuvimos por parte de las redes sociales.

Los medios digitales necesitan vender y promocionar, necesitan filtrar toda la información, sea falsa o no. Necesitan filtrar para que eso genere sensacionalismo y pasión en las personas. Se recomienda que el adulto mayor retome las actividades en los espacios de antes y que dejen de consumir tanto las redes sociales. En cierto caso, el joven y el adulto tienen esa capacidad de discernir la información y decir "esto es verdad". La gente se toma muy en serio lo que pasa en Facebook. Recomiendo que la gente que maneja programas, medios o páginas deberían ser más responsables con sus publicaciones o con lo que ellos reproducen, sabiendo que hay un grupo vulnerable que son los adultos mayores y que hay otro grupo vulnerable que son los niños y niñas que tienen cuenta de Facebook. Entonces, necesita haber una política comunicacional basada en la responsabilidad, en el respeto y en cómo uno comunica, hacer conciencia de que el que consume esa noticia puede ser familia.