

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Infoxicación digital en tiempo de covid-19 en el distrito de
Tumbes, 2020**

TESIS:

Para optar la licenciatura en Ciencias de la Comunicación

AUTORA

Maria Fernanda Preciado Chavez

Tumbes, 2020

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Infoxicación digital en tiempo de covid-19 en el distrito de
Tumbes, 2020**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Pérez Urruchi Abraham Eudes (Presidente)

Arroyo

Dr. Calderón Guardado Manuel José (Secretario)

Calderón

Mg. Arroyo Coico Ruperto (Vocal)

Ruperto

Tumbes, 2020

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES




Infoxicación digital en tiempo de covid-19 en el distrito de Tumbes, 2020

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y
forma

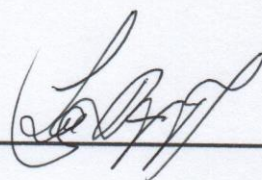
AUTORA

Br. Preciado Chavez, Maria Fernanda



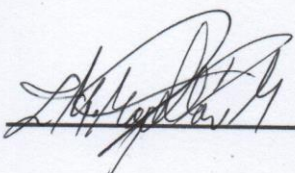
ASESOR

La Rosa Feijoo, Oscar Calixto



COASESOR

Mogollón Medina, José Martín



Tumbes, 2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL JURADO DE TESIS

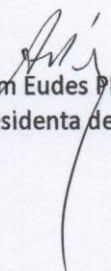
En la ciudad de Tumbes, siendo las 18:00 horas del día viernes 30 de abril del 2021, a través del programa virtual Zoom se reunieron los miembros del Jurado Evaluador, se reunió para la sustentación de la Tesis titulado: "INFOXICACIÓN DIGITAL EN TIEMPO DE COVID-19 EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2020". Presentado por la bachiller Preciado Chavez Maria Fernanda de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes.

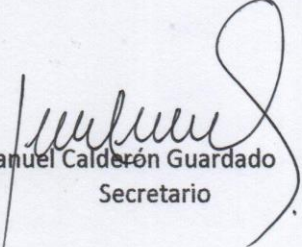
El Jurado Evaluador, conformado, integrado por los docentes:

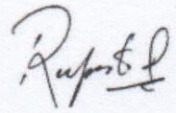
- | | |
|-----------------------------------|-------------|
| - Dr. Abraham Eudes PEREZ URRUCHI | Presidente. |
| - Dr. Manuel Calderón Guardado | Secretario. |
| - Mg. Ruperto Arroyo Coico | Vocal. |

Después de la sustentación realizada por la Bachiller, el jurado evaluador por unanimidad dictaminó la APROBACIÓN de la sustentación con calificativo BUENO (17)

Para mayor conformidad, firmamos los presentes:


Dr. Abraham Eudes PEREZ URRUCHI
Presidenta del Jurado


Dr. Manuel Calderón Guardado
Secretario


Mg. Ruperto Arroyo Coico
Vocal

C.C : Vice rectorado De Investigación,
Vice rectorado Académico
Unidad de Investigación FACSO
Interesada
Archivo

DEDICATORIA:

De manera especial a mis padres, María Amelia y Glicerio, ellos son mi principal motivación, por su gran esfuerzo y apoyo incondicional, tanto económico como emocional, por cada amanecida en la que me alentaban, por ser las personas que me han ayudado desde un inicio a salir adelante de manera personal y profesional, quienes me enseñaron a trazarme metas desde niña para mi futuro y como siempre he dicho, por ser siempre la columna vertebral de nuestra familia.

A mis hermanos, Luis, por ser el hermano mayor amoroso y comprensible quien me ayudo económicamente y Franco, por ser mi segundo hermano mayor que me dio la dicha y la alegría de tener dos sobrinos preciosos que son mi vida, Claudio y Anthonia quienes son mi motivo principal para seguir mi camino y en un futuro ser ejemplo para ellos.

Maria Fernanda

AGRADECIMIENTO:

Mi gratitud por la asesoría al Dr. Oscar La Rosa Feijoo, que por su gran apoyo y sus conocimientos otorgados me ha sido de mucha ayuda y guía para la elaboración de este trabajo. Asimismo, Dr. Aníbal Mejía Benavides por la paciencia durante la enseñanza del curso.

A la Universidad Nacional de Tumbes por abrirme las puertas de esta prestigiosa institución, a todos mis docentes quienes aportaron en mi carrera profesional enseñándome y compartiendo cada uno de sus conocimientos, que con el apoyo social que me han brindado, fueron uno de los incentivos para culminar este trabajo.

A la población del Distrito de Tumbes, quienes se tomaron un momento de su tiempo y participaron de las encuestas virtuales para la ejecución del trabajo de investigación.

La Autora

ÍNDICE GENERAL

	<i>Pág.</i>
Carátula y primera página	i
Carátula firmada por el jurado	ii
Carátula de originalidad.....	iii
Copia de acta de sustentación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de cuadros.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	x
Índice de anexos.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
I. Introducción.....	14
II. Revisión de la literatura.....	19
III. Métodos y materiales	37
IV. Resultados y Discusión.....	45
V. Conclusiones.....	52
VI. Recomendaciones.....	54
VII. Referencias bibliográficas.....	55
Anexos.....	60

ÍNDICE DE CUADROS

	<i>Pág.</i>
Cuadro 1: Operacionalización de las variables	32
Cuadro 2: Población, ciudadanos del distrito de Tumbes, 2020	34
Cuadro 3: Muestra de estudio de los ciudadanos del distrito de Tumbes, 2020	

ÍNDICE DE TABLAS

	<i>Pág.</i>
Cuadro 1: Nivel de infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	38
Cuadro 2: Nivel de los principales medios de comunicación que genera la infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	39
Cuadro 3: Nivel de infoxicación del tipo de información de comunicación que reciben los usuarios en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	40
Cuadro 4: Nivel de infoxicación del tipo de información de comunicación que reciben los usuarios en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	41
Cuadro 5: Nivel de infoxicación de los medios digitales tumbesinos que la población consume en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	42
Cuadro 6: Nivel de infoxicación de los medios digitales tumbesinos que la población consume en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	43
Cuadro 7: Nivel de infoxicación de los medios digitales tumbesinos que la población consume en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	44
Cuadro 8: Nivel de infoxicación de los medios digitales tumbesinos que la población consume en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	44

ÍNDICE DE FIGURAS

	<i>Pág.</i>
Figura 1: Distribución porcentual del nivel de infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	38
Figura 2: Distribución porcentual del nivel de los principales medios de comunicación que genera la infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	40
Figura 3: Distribución porcentual del nivel de infoxicación del tipo de información de comunicación que reciben los usuarios en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	42
Figura 4: Distribución porcentual del nivel de infoxicación de los medios digitales tumbesinos que la población consume en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020	
Figura 5: Distribución porcentual en la Infoxicación del nivel psicológico del uso de la información en los pobladores en tiempo de COVID-19 del Distrito de Tumbes, 2020	

ÍNDICE DE ANEXOS

	<i>Pág.</i>
Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio de investigación.....	38
Anexo 2: Instrumento aplicado a los ciudadanos del distrito de Tumbes....	39
Anexo 3: Uso del coeficiente Alfa de Cronbach para validar la confiabilidad del instrumento	40
Anexo 4: Validación del instrumento de investigación por expertos	41
Anexo 5: Instrumento de investigación aplicado a través de la herramienta digital Google Drive.....	42
Anexo 6: Aplicación del cuestionario infoxicación digital en tiempo de covid-19, en el distrito de tumbes, 2020	43
Anexo 7: Calificación del cuestionario de las variable y dimensiones del estudio	44

RESUMEN

El presente estudio de investigación titulado “Infoxicación digital en tiempos de COVID-19 en el distrito de Tumbes, 2020”, tiene como finalidad identificar el nivel de infoxicación que generan los medios de comunicación en la población. La infoxicación es un problema que afecta silenciosamente a toda la población, generando miedo, ansiedad, causando malestar en los usuarios; la investigación plantea como objetivo general: “Identificar el nivel de la infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020”, con un enfoque cuantitativo, de tipo de estudio descriptivo, de diseño No experimental, estudio transversal, prospectivo, microsociológico, utilizando como instrumento de investigación el cuestionario, el cual se aplicó a 60 pobladores del distrito de Tumbes entre las edades de 20 a 39 años. La hipótesis se formulará de acuerdo a los resultados que se obtengan de la aplicación de los instrumentos de recojo de información, se trabajó con el programa SPSS Ver 22, que permitió el análisis de los datos del cuestionario planteado. Los resultados obtenidos señalaron que el 85% de la población de estudio, tiene un “Alto” nivel de infoxicación digital, el 13% tiene un “Muy Alto” nivel de infoxicación digital y el 2% tiene un “Bajo” nivel de infoxicación digital. Se concluye, que existe un “Alto” nivel porcentual de infoxicación en la población de Tumbes, aceptándose la hipótesis de investigación, “existe infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020”.

Palabras claves: Infoxicación digital, sobrecarga de información, exceso de información, medios de comunicación, tipo de información, medios digitales, nivel psicológico de información.

ABSTRACT

The present research study entitled "Digital infoxication in times of COVID-19 in the district of Tumbes, 2020", aims to identify the level of infoxication generated by the media in the population. Infoxication is a problem that silently affects the entire population, generating fear, anxiety, causing discomfort in users; The research raises the general objective: "Identify the level of digital infoxication in time of COVID-19 in the District of Tumbes, 2020", with a quantitative approach, descriptive study type, non-experimental design, cross-sectional study, prospective, microsociological, using the questionnaire as a research instrument, which was applied to 60 residents of the Tumbes district between the ages of 20 to 39 years. The hypothesis will be formulated according to the results obtained from the application of the information collection instruments, we worked with the SPSS Ver 22 program, which allowed the analysis of the data from the proposed questionnaire. The results obtained indicated that 85% of the study population has a "High" level of digital infoxication, 13% has a "Very High" level of digital infoxication and 2% has a "Low" level of digital infoxication. It is concluded that there is a "High" percentage level of infoxication in the population of Tumbes, accepting the research hypothesis, "there is digital infoxication in time of COVID-19 in the District of Tumbes, 2020".

Keywords: Digital infoxication, information overload, information excess, media, type of information, digital media, psychological level of information.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge de la observación de la variable infoxicación, la comunidad tumbesina tiene muy poco conocido en el entorno tumbesino, este problema se genera a través de la sobrecarga de información o exceso de información que se brindan los medios de comunicación. En esta época de COVID-19 la población ha recurrido con más frecuencia a los medios de comunicación para poder informarse sobre la pandemia tanto a nivel local, nacional, y mundial, brindando de información relevante al igual que noticias innecesarias, ya que existen algunos medios que difunden información errónea, crea una psicosis y preocupación.

Para la Organización Mundial de la Salud – OMS- (2020) describe que durante mucho tiempo se ha usado la palabra Infoxicación, refiriéndose al exceso de información errónea por parte de los medios digitales y la rápida transmisión que se da de persona a persona. Asimismo la OMS, comentó que en este tiempo de COVID-19, las personas deben tener acceso a la información rápida, clara, precisa y objetiva para protegerse a sí misma y a los demás de esta pandemia, y de la infoxicación causada por el exceso de información brindada por los medios digitales; de igual forma, viene generando malestar en el área de la salud, debido a la infoxicación, provocando graves consecuencias en su estado biológico y psicológico, estas actitudes se evidencian tanto a nivel nacional como a nivel mundial.

De la misma manera, Lattuada (2020) comenta que a nivel mundial la infoxicación será de gran escala, más de 3,8 billones que usan las redes sociales, más de 4,5 billones de las personas se calcula que usan Internet a nivel mundial, y aproximadamente el 60% de la ciudadanía global están en línea; asimismo, la OMS alertó acerca de la necesidad indispensable que tiene la población, por consultar solamente fuentes de instituciones de autoridad mundial y local, para seguir el progreso del Covid-19.

La Infoxicación en tiempos de COVID-19, ha traído muchas consecuencias, explica que las personas reciben información de todas partes del mundo, ya sea por periódicos, Google o los teléfonos móviles que están llenos de información que no son en su totalidad clasificados, a través de la aplicación WhatsApp también llegan cadenas y videos relacionados al tema de la pandemia y de los diferentes problemas que está pasando el mundo, la alerta sanitaria en muchos países ha generado una exageración en la información, muchas veces ha causado preocupación e intranquilidad en las personas trayendo como consecuencia problema de angustia, depresión, ansiedad, entre otras (Schiavi, 2020).

En el Perú, surgió el concepto de infoxicación y dio alusión al impacto de los medios de comunicación tradicionales de nuestra sociedad; ahora cualquier persona en cualquier parte del país y del mundo puede publicar en internet, algún contenido, creando abundancia de información debido a la alta cantidad y velocidad de contenidos que se publica en la web, generando una sobrecarga de información en la población y provocando malestar en el aspecto biopsicosocial (Torres, 2019).

Desde que se identificó cuáles son las consecuencias de la infoxicación Cornejo (2020) advirtió a los padres de familia sobre los problemas que conlleva la infoxicación, por ello es fundamental dosificar el tiempo que los chicos pasan con la tecnología, además, no podemos estar viendo o escuchando noticias negativas todo el tiempo, lo cual afecta de alguna manera psicológica a todas las personas al querer estar informado y al tanto sobre todas las noticias que pasan en nuestro país, es importante estar informados, pero no debemos llegar a excedernos con la información que analizamos.

Asimismo, existen diarios como el Diario Gestión (2020) que, ante una situación de emergencia en salud pública, como la propagación del Coronavirus, en el Perú han ratificado su seguridad en los medios digitales y tradicionales como medio de información, por lo que acuden a los medios para conocer lo que sucede en el país, muchos de los periodistas no tienen ética profesional, y generan sobre carga de información, con la finalidad de vender sus productos,

estos carecen de credibilidad y fomentan la inseguridad en la población, además generan información sensacionalista.

Igualmente existen universidades del Perú que opinan que la infoxicación perjudica a la sociedad, las personas más propensas a sufrir de este mal son aquellas que reciben abundante información al día, una persona está infoxicada cuando no puede absorber más información, cuando le es complicado leer pausadamente y lee sin lograr entender, estos son algunas de las señales de las personas que sufren de este mal, no muchos se dan cuenta, porque ven como algo normal estar pendiente del teléfono, estar pendiente de las novedades que sale en las redes sociales, o en la TV y las consecuencias son preocupantes para algunos investigadores de nuestro país (Pontificia Universidad Católica del Perú-PUCP, 2015).

En este año 2020 con la llegada de la pandemia a nuestro País, hubieron cambios para la región de Tumbes, una región pequeña donde sus habitantes tratan de estar al día con la información, tras la cuarentena la población comenzó a querer estar más informados sobre todo lo que estaba pasando a nivel mundial, nacional y local, al recibir más información sobre los casos de contagio y muertes de personas con COVID-19 en la región, comenzaron a estresarse, y preocuparse por sus familias, estos son uno de los primeros factores de la Infoxicación, tenemos que aprender a identificarlas y determinar las causas de Infoxicación digital que existe en nuestra Región, la accesibilidad de la información es mediática debido al sedentarismo por el confinamiento social y la mayor parte de la población está muy atenta al internet, programas de televisión informativa, programas de radio, páginas web, y redes sociales que mantiene informados a la comunidad. Se puede evitar llegar a tal punto, tomando las precauciones necesarias.

Por consiguiente, frente a esta situación problemática, se plantea la pregunta de investigación: ¿Cuál es el nivel de Infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en los usuarios del Distrito de Tumbes, 2020?

Todos los estudios de investigación deben de tener un fundamento que lo confirme y garantice, mediante el que declare la importancia del estudio con la finalidad de aportar a la ciencia, y al bienestar de la sociedad.

De esta manera, la presente investigación se justifica teóricamente, porque es una propuesta que quiere dar a conocer los conceptos teóricos, ampliar y fortalecer el entendimiento sobre la investigación de la Infoxicación Digital, y mejorar el nivel de conocimiento de la población sobre el tema, más aún que en la actualidad nos encontramos con la pandemia del COVID-19, hallando las explicaciones, sobre el problema que viene indirectamente afectando a nivel local, nacional y mundial, permitiendo identificar los indicadores de la infoxicación que hay en los pobladores de la provincia de Tumbes. Es preocupante como las personas están sobrecargadas de información negativa o también llamada amarilla, que ocurre por el exceso de información que reciben a través de los diferentes medios de comunicación y medios digitales.

La investigación tiene una justificación práctica y de acuerdo a los objetivos proyectados del trabajo de investigación; permitirán brindar y dar a conocer la información necesaria del tema "Infoxicación Digital" para mejorar el nivel de conocimiento de la comunidad, encontrar la solución con las herramientas adecuadas para ayudar y poder disminuir este problema en la población de estudio, sus resultados podrán dar un cambio para la comunidad, y así poder utilizar diversas estrategias positivas en la prevención y la reducción del problema de la Infoxicación Digital en las personas a través de los medios de comunicación, y asimismo el conocimiento de los resultados se le brindara a las autoridades pertinentes para que puedan regular en los medios comunicación dicho problema y así evitar psicosis en la comunidad.

La investigación surge de la necesidad de evidenciar una psicosis social de este problema, de la misma manera, se justifica metodológicamente, porque se determinará la realización de los objetivos proyectados en la investigación, teniendo en cuenta que se utilizará las técnicas, siendo las encuestas, la herramienta de investigación conveniente para obtener resultados positivos y confiables, que nos permitirán definir el nivel de infoxicación digital; asimismo, estas herramientas sirvan de apoyo a las investigaciones futuras de la provincia de tumbes, que se relacionen con la variable de este estudio. Profundizar en

estos conceptos nos permitirá entender con mayor facilidad el amplio campo de la investigación científica e identificar las herramientas utilizadas para el desarrollo de proyectos de investigación, que servirán de aporte a la sociedad.

Se justifica socialmente, porque la infoxicación es un problema social que afecta a la mayoría de la población tumbesina y del mundo, creyendo adecuado investigar sobre los factores de la infoxicación digital en las personas, teniendo en cuenta que, este problema ataca indirectamente, esta investigación es de mucha ventaja, en el ámbito social como científico, siendo la población y los investigadores los principales favorecidos de esta investigación. La investigación sobre la Infoxicación es un gran aporte para la comunidad científica, porque contribuye a actualizar la información de este problema y los beneficiados de las investigaciones que se realizan con el fin de ayudar y aportar en encontrar una solución es la sociedad, por esta razón se debe tener conocimiento del tema para encontrar la solución con las herramientas apropiadas para ayudar y poder disminuir este problema en la población de estudio.

Del mismo modo, ya explicada la realidad del problema y justificación, es preciso establecer los objetivos, siendo importante en toda investigación y así lograr encaminar y obtener lo que espera el investigador.

Por lo tanto, como objetivo general “Identificar el nivel de la infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020”; de la misma manera, en los objetivos específicos es: “Identificar el nivel de infoxicación digital de los medios de comunicación en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020; describir el nivel de infoxicación digital del tipo de información de comunicación en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes 2020; establecer el nivel de infoxicación digital de los medios digitales tumbesinos en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes 2020; evaluar el nivel de infoxicación digital en el aspecto psicológico del uso de la información en tiempo de COVID-19 del Distrito de Tumbes 2020”.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

Es de suma importancia que la investigación tenga un marco de estudio previo, pues, sirve como sustento de la investigación. En este marco se presentan los elementos básicos que respaldan el estudio, donde diversos investigadores construyen estudios relacionados a la variable “infoxicación”, es importante resaltar estudios previos con la finalidad de buscar mejorar el entendimiento y conocimiento que tienen los pobladores sobre tema de estudio:

Por lo tanto, para la creación de nuevas teorías, en el marco de los antecedentes, para D’Agostino et al. (2018) cuyo estudio de investigación: “Infoxicación en salud. La sobrecarga de información sobre salud en la web y el riesgo de que lo importante se haga invisible”, [Artículo Científico], Washington, DC, Estados Unidos de América. Investigación de enfoque Cualitativo, de tipo descriptivo con diseño No experimental, estudio de prevalencia, con un muestreo no probabilística de 32 expertos de la investigación de 9 patrias, se proyectó un sondeo de 10 interrogaciones cerradas con probabilidad de añadir acotaciones abiertas; los autores concluyen: que, las instituciones de salud no tienen los mecanismos adecuados donde existe infoxicación digital, por lo tanto, es importante que capaciten a los responsables para poder enviar información objetiva, precisa y veraz; en los establecimientos de salud existe infoxicación: datos, textos, audios, videos, y bibliografía científica; asimismo toda información es necesaria que utilice un filtro para no crear sobrecarga informativa. En el presente estudio se resalta que existe infoxicación digital, además las personas encargadas no tienen un perfil para manejar la información a través de los recursos digitales.

Igualmente, Veloz (2016) en su investigación: “El periodismo sensacionalista en las noticias de crónica roja, desde la visión de los estudiantes del séptimo semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil:

caso diario extra”, [Tesis de Pregrado], Universidad del Guayaquil, Ecuador. Estudio de paradigma Interpretativo, se utiliza el método descriptivo, deductivo e inductivo, de corte transversal, con una muestra de alumnos del 7mo ciclo de la profesión de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, el instrumento utilizado es entrevistas y encuestas, el autor concluye: que, la prensa sensacionalista, exagera los hechos; y la amarillista, desnaturaliza los acontecimientos; en las encuestas realizadas, el 49% no conoce la diferencia; el 29% cree que es lo mismo, y el 22% muestra reconocerlo. La presente investigación señala que los dos estilos causan infoxicación, por la información exageradas que difunden, y es alto el porcentaje de los jóvenes que no conocen la diferencia entre ellas.

De igual forma, Enriquez y Villanueva (2019) en su estudio: “¿Es la comunicación la piedra de toque de todas las Organizaciones? ¿Qué tan necesario es que en una Organización la Comunicación sea fluida? Un análisis de la Infoxicación”, [Tesis de Pregrado], Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. La investigación tiene un método cualitativo, de diseño longitudinal, su muestra son 30 centro laborales, y la entrevista fue el instrumento de estudio, los autores concluyen: que, la sociedad crea contenido que se transmite por internet y da paso al exceso de información; en el mundo laboral pueden llegar a sufrir de infoxicación a niveles extremos, la cual es causada por cada persona. La investigación señala que los medios digitales brindan todo tipo de información, pero al no saberla utilizar causa una sobre carga de información en todo aquel que busca información de algún tema determinado.

Asimismo, Álvarez (2018) en su investigación: “La alfabetización digital en el desarrollo de capacidades de procesamiento de la información en los alumnos de la especialidad de Tecnología Informática, Facultad de Educación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – Yanahuanca”, [Tesis de Doctorado], Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú. Hace uso del paradigma Positivista, su finalidad es aplicativa, de muestreo cuasi experimental, con una muestra de Treinta y Cinco alumnos, donde el instrumento utilizado es el Cuestionario. El autor concluye: que, la importancia de la alfabetización digital en la interacción social y comunicación son fundamental; demostrando la diversidad de recursos informáticos que refiere al procesamiento

de la información. La investigación señala que aprender el uso adecuado de la tecnología permitirá la difusión correcta de información, mediante las herramientas digitales brindadas.

De este modo, Surco (2017) en su investigación: “Incidencia de las redes sociales en la Comunicación Interpersonal de los estudiantes de la Universidad Privada San Carlos 2014”, [Tesis de Pregrado], Universidad Nacional del Altiplano, Perú. El método de investigación es cuantitativo, de tipo descriptivo, se hizo uso de la técnica de observación, encuesta del uso de las redes sociales y técnicas de Entrevista, a una muestra de 1185 alumnos de las 5 Escuelas de la Universidad Privada San Carlos, por lo que el autor concluye: que, el 94.3% de estudiantes, cuenta con una red social donde interactúan, publican videos e imágenes, el 69% de usuario ha experimentado conflictos debido a las opiniones de las publicaciones que se plasman. La investigación señala que la red social está al alcance de todo el mundo, muy pocos saben darle el uso adecuado, lo cual también provoca una infoxicación digital, con las diferentes publicaciones o información que se brinda.

En Tumbes, tras la investigación, e indagación no se encontró ningún documento o tesis sobre la variable de Infoxicación, por lo que se espera en un futuro sea la primera tesis con la variable de estudio, es importante dar a conocer a la población de este problema que muchos desconocen, y así poder ayudar a la comunidad y aportar a la Investigación Científica para la elaboración de futuras investigaciones en la Provincia.

Cabe mencionar que es fundamental que el estudio cuente con la teoría necesaria, ya que ello ayuda a la prevención de errores cometidos anteriormente, y amplía el espacio de la temática de estudio, guiando al investigador para evitar alguna desviación. Estas teorías conforman a lo que llamamos *marco teórico*, el cual consta de variables de estudio, en donde busca la relación entre los elementos contenidos, siendo la infoxicación la variable de estudio.

Según, Idrovo (2015) indica que los medios de comunicación, son vías de transmisión de mensajes que se transmiten a grandes números de receptores

mediante diferentes técnicas, utilizando medios impresos como, revistas, periódicos, o medios electrónicos tales como, cine, radio, internet, Tv, los cuales influyen en el comportamiento y en la forma de pensar de la sociedad. Así mismo, se da a conocer como canales, o instrumentos que transmiten información que los seres humanos necesitan para comunicar e informar a la comunidad de los acontecimientos que ocurren, ya sean local, nacional, internacional, económico, social o político entre otros, los medios de comunicación son tan extensos que engloban desde la escritura hasta las tecnologías de comunicación de la actualidad (Delgado, 2019).

Según Procesostecnologicos (2010) describe diferentes tipos de medios de comunicación: masivo y según su carácter:

De comunicación masiva, se describe:

Televisión. Es un medio audiovisual que permite que los publicistas puedan expresar toda su imaginación ya que pueden combinar sonido, imagen, y movimiento, la televisión engloba emisoras de cadena o red por todo el mundo. Una de sus principales ventajas es, la buena cobertura a nivel mundial; bajo costo por exposición; es atractivo para los sentidos de los televidentes.

Radio. La radio ha poseído un crecimiento semejante, ya que lleva el estilo de vida rápida de la sociedad, es inmediata y portátil. Además, los oyentes prenden la radio de manera tradicional y en horarios ya predecibles. Uno de los horarios más conocidos es cuando conducen los autos en una trayectoria larga, y así crean un ambiente a su gusto al escuchar la música o la noticia.

Periódicos. Es un medio visual, mediante el cual transmiten toda la información de los hechos que suceden en el día a día en la sociedad, es una de los medios de comunicación más antiguos del mundo.

Revistas. Este medio se dirige a un público específico, lo que permite llegar a más clientes potenciales. También permite la creatividad de publicar una gran diversidad de anuncios.

Internet. El internet hoy en día es un medio audiovisual selectivo y participativo, mediante el cual se puede encontrar todo tipo de información, páginas web, redes sociales, noticias, publicidad, y llega a todas partes del mundo con la información, una de sus ventajas es la rapidez que tiene para comunicar o dar a conocer algo, de algún acontecimiento, regional, nacional y mundial.

Cine. Este medio permite llegar a un extenso grupo de personas, seleccionadas que le gusta conocer diferentes tipos de información, incluso por este medio hace muchos años atrás antes de que existiera la tv, brindaba información a través de sus salas de cine y daba a conocer incluso sucesos de su época. Tiene una audiencia cautiva y anuncios publicitarios de empresas.

Según el carácter de información, lo clasifica en:

Informativo. Su principal propósito es informar de cualquier suceso que esté ocurriendo y que sea de interés general. En su mayoría, son diarios o semanales. Uno de los más destacados de este rubro son los noticieros, las centrales que transmiten noticias durante casi toda su programación, así como los diarios, periódicos y revistas de actualidad.

Entretenimiento. Busca divertir y desestresar a su público utilizando como principal herramienta el humor, así como magazines que siguen la vida de artistas famosos, programas de concursos, musicales y deportivos. También series, realities, dibujos animados, entre otros. Actualmente se ha convertido en una de las fórmulas más exitosas en la comunicación, que incluso le ha abierto espacios significativos dentro de los medios informativos.

Análisis. Basan su labor en los sucesos y los hechos del momento, sin omitir los acontecimientos históricos. Tiene el propósito de investigar, explicar y examinar para entender lo que sucede. Los tópicos más analizados pertenecen al rubro económico, político, y social, por lo que se necesita de especialistas que analicen minuciosa y rigurosamente estos temas para lograr comunicar con éxito lo que se intenta transmitir. (p.1)

Infoxicación digital, el término *infoxicación*, según Dans (2010) lo define como: “La incapacidad de análisis eficiente de un flujo de información elevado, es decir, la dificultad para procesar la gran cantidad de datos a los que está expuesto hoy el ser humano” (p.1).

Asimismo, Cornella (2013) quién fue el autor creador de la palabra infoxicación en el año 1996, dio a conocer que se trata de la unión de las palabras información e intoxicación:

El exceso de información genera la infoxicación. Es encontrarse siempre en un estado de sobrecarga de información, recibiendo gran cantidad de datos diariamente, a los que finalmente no se les puede dedicar la debida atención ni profundizar en su contenido por querer informarse de todo en vez de elegir informarse de lo más relevante. (p. 1)

La infoxicación se da a experimentar durante la búsqueda abundante de información útil que hay en el internet, da a conocer Rodríguez y Barrio (2015) quienes señalan que el problema de la veracidad y la claridad de los contenidos de información, se mantiene de dos percepciones negativas que influyen en que el sujeto termine percibiendo infoxicación: desconfianza e inseguridad, es un problema social por el desconocimiento de los instrumentos y recursos que ofrece la propia tecnología, y la falta de razonamiento de información.

De igual manera, la infoxicación es la palabra adecuada para referirse a la sobrecarga de información difícil de procesar. La palabra fue acuñada por el experto en información Alfons Cornella para indicar la sobrecarga de información, el cual es un término bastante frecuente en los medios. La infoxicación está caracterizada por la ansiedad, inseguridad, miedo y la angustia causada por el exceso de información, el proceso lento que tiene la persona, en el análisis eficaz de la información. También puede emplearse como alternativa, la expresión sobrecarga informativa (Aguiló, 2018).

Asimismo la información digital, se describe como la información procesada por los medios digitales que brindan abundante información, como páginas web, buscadores, redes sociales, blogs, entre otra, el lector u oyente intenta atenderla toda la información, pero al final se colapsa y no la consume, todos estos

sucesos pueden generar angustia, malestar, y nerviosismo por temor a perder algo que sea importante del interés de la persona, y todo genera una sobrecarga informativa que puede causar incluso infoxicación. Estamos recibiendo a diario demasiados mensajes, demasiada información que no somos capaces de seguirle el ritmo de la rapidez de información (Duro, 2017).

Cabe señalar que Cornella (2013) da a conocer los signos de infoxicación digital y cómo se puede identificar a una persona infoxicada:

Cuando siente que no puede manejar toda la información que cree que debería manejar. O sea, cuando la información que le rodea en su día a día le angustia. Uno está infoxicado cuando no puede absorber más información, cuando todo lo que hace es remitir la información que recibe a otros, a sus amigos, a sus contactos en las redes sociales. Pero hay un síntoma incluso más claro: estás infoxicado cuando te resulta difícil leer un texto de forma pausada, palabra a palabra; cuando lees saltando palabras, porque te has acostumbrado a leer así en diagonal. Estás infoxicado cuando lees sin entender lo que lees. (p.1)

De igual forma refiere Duro (2017) que, en alguna ocasión al leer, nos ha pasado que nos hemos bloqueado al observar abundante información, ante más fuentes de información de las que podemos reconocer. Lo que nos ha conllevado a una parálisis por no saber por dónde iniciar a organizar la información encontrada. También nos ha pasado que leemos en diagonal, porque así pensamos que captamos rápidamente la información más importante. No llegamos a profundizar ni a comprender el texto, y nos quedamos solo en lo superficial.

Síntomas que genera la infoxicación digital, según Euroforum (2017) identifica los siguientes *síntomas* como:

Sentimiento de agobio y angustia. Se produce ante la cantidad gigantesca de información que recibimos diariamente, el hecho de iniciar una búsqueda en internet, o en Google y no saber a qué información hacerle caso porque se encuentra diferente información del tema.

Dificultad para concentrarse en un solo texto. Si se dan cuenta que están leyendo en diagonal, no logras centrarte solo en el texto, y empiezas solo a buscar las palabras claves que te dan una pista de lo que buscas, pero siguen sin entenderlo del todo, posiblemente estás infoxicado.

Imposibilidad para absorber información. Sucede cuando lo que haces no es recoger la información para saber de ella, sino que se comparte brevemente sin prestarle la mayor atención. Esto se puede observar fácil y rápidamente en las redes sociales por la habilidad que tiene de propagación de vídeos y artículos sin la necesidad de descubrir o percibir lo que se comparte.

Parálisis ante tanta información. Se puede observar grandes cantidades de información que resulta difícil determinar qué hacer con ella, lo que conlleva a una parálisis por la información, y no se recuerda qué era lo que se quería saber al inicio de la investigación. (p.1)

Las principales causas de infoxicación que se originan, son personales y diferentes, entre todas ellas, las más comunes son las siguientes:

Inexperiencia o Inseguridad. Cuando tenemos que conversar sobre temas desconocidos, lo primero que hacemos es buscar información en las fuentes que están a nuestro alcance, pero no profundizamos en ellas debido a la escasez de tiempo, incurriendo solamente en el consumo de estas fuentes de manera cuantitativa.

El estrés. Es una característica de casi todas las personas, debido a que durante el día deben realizar un sinnúmero de tareas específicas, por lo que no dedican el tiempo necesario para examinar lo que leen, lo que les impide profundizar en la lectura. La solución a la que el cerebro recurre, muchas veces sin darnos cuenta, es la lectura ligera.

Fuentes de mala calidad de información. Cuando buscamos información generalmente no elegimos correctamente las fuentes digitales a consultar. Muchas de ellas ofrecen artículos y blog confusos, otras nos ofrecen información incompleta, lo que nos conlleva a buscar otros recursos para completar nuestra investigación.

Falta de criterio en nuestras búsquedas de información. Siempre debemos practicar una actitud autocrítica, desconfiando de nuestra exactitud para buscar o usar las palabras correctas. Debemos evitar la costumbre de buscar la información completa que necesitamos en una sola fuente, blog, o página web. En lugar de repetir las mismas palabras, se debe ser más asertivo y eficaz, fragmentando la búsqueda y examinando las respuestas de manera más precisa, con las palabras correctas.

Exceso de precaución. Tener precaución no está mal, lo malo es almacenar demasiada información solo por miedo a no volver a encontrarla, lo que al final nos puede llevar a que esta sea imposible de consultar. Por ejemplo, puede ser que cada día lees los periódicos digitales viendo si encuentras algo de tu interés o una noticia relevante, pero cuando culminas de leer y no hay nada, te darás cuenta que has perdido tiempo valioso, y no encontrar lo que esperas puede generar estrés e infoxicación.

Querer saber de todo. La sociedad siempre quiere estar informada, las personas quieren aprender mucho más, saber de muchas cosas del mundo y lo que pasa en él, las personas quieren incrementar sus conocimientos, de ahí comienza la frase “la información es poder”. Pero siempre hay que tener cuidado, porque si se incurre en esta práctica con mucha frecuencia se puede terminar infoxicado. Es necesario recordar que no siempre es imprescindible conocer de todo, es más, es imposible llegar a ello.

Por falta de recursos digitales. El desconocimiento de la existencia de los diferentes recursos digitales que facilitan muchas tareas cotidianas, puede llevar a que éstas se realicen de manera manual, rutinaria y tediosa, pudiendo causar infoxicación en la persona. (Duro, 2018, p.1)

Es importante describir alguna de las consecuencias que tiene la infoxicación en las personas y en la sociedad en general:

Disminución de la capacidad de mantener un diálogo continuado a través de medios no tecnológicos. Irritabilidad causada por la fatiga. La persona infoxicada salta al mínimo problema porque se siente al borde

del colapso. Percepción de que el caudal de mensajes a los que está expuesto tiene absoluta prioridad en su vida, lo que le genera angustia si no puede leerlos y responderlos en tiempo real. Búsqueda de aislamiento para intentar contener el mar de inputs que escapa de su control. Incapacidad para desconectar, incluso en situaciones de compromiso como una boda, una reunión de viejos amigos o un entierro familiar. Sentimiento de caos cuando, por un fallo en la red, se detiene temporalmente el flujo de información. (Informatizarte, 2011, p.1)

Factores de la percepción de la infoxicación, dentro de este contexto se considera la intensidad, la repetición, y el tamaño son los principales factores:

Intensidad. Según, Castañeda (2020) señala que, nuestros indicadores de intensidad, manifiesta que el ciudadano utiliza con frecuencia el uso de un medio, así como el interés por la información política. Se explica que la intensidad de la exposición es relacionada con la frecuencia del uso de uno de los medios de comunicación y el interés declarado sobre la información política del entrevistado. Consideramos a los diarios, a la televisión, y las radios, por ser los que concentran mayores porcentajes de aceptación.

Repetición. Según, Gómez (2018) en los medios de comunicación, funciona igual que en la publicidad. Un mensaje que se repite muchas veces puede quedar plasmado mucho mejor en la mente del receptor que un mensaje dicho muy pocas veces. Lo vivimos desde pequeños, el repetir varias veces genera un efecto de recuerdo y memoria.

Tamaño. Según, Oyaregui (2017) describe mediante un estudio que:

Un estudio realizado entre gente que busca información desde su teléfono móvil ha demostrado que más de la mitad de ellos no visitan las páginas oficiales de los periódicos, pues acceden a las noticias online a través de las redes sociales de Facebook y Twitter; y contrariamente a lo que se podría pensar, los usuarios de noticias online prefieren leer artículos de más de 1000 palabras antes que leer artículos cortos. (p.1)

Mediante investigaciones Quesada (2009) describe que existen tres enormes riesgos que actualmente se ciernen dentro del periodismo de la investigación y que podría convertir el trabajo de los periodistas en una labor de la cual no puedan sentirse orgullosos:

El primer riesgo latente es la falta de investigación, reflexión y contraste de información, así como la escasa consulta con fuentes especializadas, debido a la inmediatez con que se generan contenidos en la red, impidiendo que el periodista comprenda a cabalidad los hechos noticiosos antes de informar sobre ellos. Este peligro se extiende entre los periodistas jóvenes que creen que su valor profesional se basa en sus destrezas en el campo digital, dejando en segundo plano la capacidad de explicar la realidad social a través de la selección y documentación correcta de la información.

El segundo riesgo se relaciona directamente con la preferencia de la audiencia por la información basada en la diversión y el entretenimiento, característica propia de las sociedades tecnológicas y globalizadas, a diferencia de las sociedades posindustriales del siglo XX, que preferían obtener más conocimiento. Actualmente las salas de chat, los foros y los amigos virtuales han relegado la interacción personal mediante la cual nos relacionábamos socialmente. Asimismo, la extensa oferta de cursos formativos virtuales a través de páginas especializadas ha disminuido la necesidad de acceso a contenidos periodísticos.

El tercer riesgo es la pérdida de credibilidad, que amenaza no solo al periodismo de investigación sino al periodismo en general. Este fenómeno se ha observado durante las últimas décadas en los diferentes medios de comunicación, como consecuencia de la práctica de un periodismo generalista, oficialista y poco atento a las necesidades de información de la ciudadanía, más preocupado en la difusión de información enfocada casi exclusivamente en contentar a las fuentes. Esta crisis ha sido aprovechada por algunas fuentes, quienes han demostrado que pueden

dirigirse directamente a su público, prescindiendo del rol mediador de los periodistas. (p.7)

La Infoxicación digital a través del Internet durante las últimas décadas ha evolucionado como medio de propagación y almacenamiento de información; sin embargo, su verdadera revolución llegó cuando se masificó a través de las redes sociales y la innovación de nuevas estructuras comunicativas. Asimismo, el autor expresa que en Internet cada minuto mucho más de cuatro millones de búsquedas se inician por Google, ya sea información pública, privada, nacional o mundial, generalmente se realizan 204 millones de envíos de emails, en YouTube se realiza aproximadamente 72 horas de subida de vídeo, se realizan cerca de 2 millones y medio de publicaciones por Facebook en el día y en Instagram se publican más de 3600 fotografías que son públicas para la sociedad. Con una sencilla consulta a un buscador conseguimos una variedad de información en distintos formatos y de distinto lugares del mundo, desde fascinantes imágenes, interesantes artículos, videos, estadísticas, notas de prensa y otros, organizados a través de hipervínculos que nos conducen a más y más información. De igual forma, el mismo autor recalca que los medios de comunicación cada día nos sobrecargan de información en los medios de comunicación a través de noticias sin darnos tiempo para poder procesar una por una. El crecimiento de noticias va acompañado por el incremento de los canales por los que se difunde la información a todo el mundo, a través de radio, televisión, Internet, redes sociales, emails, entre otras, pero la mayor parte de la información no deseamos verla. Cuando hablamos de infoxicación, prácticamente se estudia el resultado que provoca sobre nosotros el exceso de información y noticias que brinda Internet y todos los medios de comunicación (Gómez, 2016).

Para el estudio de la variable infoxicación, se ha considerado las siguientes dimensiones en donde

Medios de comunicación. Para Procesostecnologicos (2010) señala los siguientes medios:

Medios radiofónicos. La radio, tiene mayor alcance que la televisión, ya que su público es extenso, asimismo a diferencia de los medios audiovisuales, las ventajas de la radio es que es eficaz, inmediata, y de bajo costo de producción, para poder escucharla se debe de contar con algún dispositivo que emita ondas de radio.

Medios audiovisuales. Son aquellos que para dar a conocer la información usan sonidos e imágenes; es decir, aquellos que se pueden escuchar y ver para dar a conocer la información, parte de este grupo lo conforma la televisión y el cine, es más conocido como un medio de entretenimiento cultural, donde muestra entrevistas, documentales, noticieros, reportajes, programas educativos, culturales, ambientales, científicos entre otros.

Medios digitales. Se accede a ellos, por lo general, a través de Internet y es el medio más usado en la actualidad por la sociedad, debido a que está lleno de recursos que brindan velocidad y eficacia para comunicar. Se puede realizar una producción con pocas personas y con poca inversión económica, lo que sí es fundamental es el conocimiento y la destreza para explotar los recursos que brinda la internet. Su diversidad es casi ilimitada, por lo que día a día grandes grupos de personas utilizan este medio para comunicar, diseñar, informar, crear, y expresar.

Medios impresos. Son aquellas publicaciones impresas, que se emplea como medio para la transmisión de información, revistas, periódicos, magazines, folletos y, todas las publicaciones impresas en papel pertenecen a este medio, son altamente influyentes, además cuenta con información más completa, contienen más análisis. El efecto de estos medios dura más, ya que se puede volver a leer la información. Existen medios para distintos tipos de público, no solamente para el que pretende estar al día con la realidad, sino también para el público joven, para aquellos seguidores de la moda, para los melómanos, los aficionados a los deportes, entre otros. Se puede decir que existe tanta variedad de medios impresos como grupos sociales. (p.1)

Tipos de información. Según Morales (2019) lo clasifica en:

Información privada. Según la ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales, describe que este tipo de información no se debe difundir públicamente, debido que puede perjudicar la integridad nacional, empresarial y/o personal.

Información pública. Es aquella que es del conocimiento de toda la comunidad, como la información de entidades públicas, becas, reportajes, entre otros que es difundida mediante los medios de comunicación, todos pueden acceder a ella y también puede ser solicitada.

Información interna. Es la información que se brinda dentro de una comunidad o localidad donde los medios de comunicación dan a conocer los acontecimientos que pasan dentro de ella, es la información que solo son del interés del pueblo y no sale del País.

Información externa. Este tipo de información es de conocimiento de todo el mundo, sea económico, político, salud entre otros, es brindada por los medios de comunicación que dan a conocer las noticias más relevantes de lo que pasa fuera del País y que es del interés público. (p.1)

Medios digitales. Se ha considerado los siguientes medios:

Blog. Según, El Blog Ceupe (2018) describe que el blog es una herramienta importante para mantenerse informados de algún tema social, ya que a través de ellos podemos buscar o investigar lo que se quiera saber, también tiene la opción de permitir la interacción entre los lectores y el autor del blog mediante comentarios. Cabe recalcar que la información que brindan es la idea de un tema investigado.

Periódicos Digitales. Según, Sanchez (2016) describe que este medio ha cumplido un papel importante en la era digital, el internet es su primordial plataforma, adopta las peculiaridades del periódico físico, pero este medio brinda la información de manera inmediata y permite estar informado en tiempo real, crea hipervínculos o enlaces que te envían a la fuente de la información difundida.

Redes Sociales. Según, Acosta (2018) describe que es una herramienta usada por muchas personas para dar a conocer de un determinado tema, ya sea personal o social y asimismo es usada por medios de comunicación tradicionales (tv, radio, periódico), mediante el cual les permite crear una página para poder publicar y transmitir su información para llegar a más personas a nivel mundial.

Videos online. Asimismo, el autor anterior describe que este es una de las herramientas que también ha tenido muy buena acogida en la comunidad a nivel mundial, ya que te brinda información de manera audiovisual con más imágenes y sonidos, como reportajes, cortometrajes, documentales, entre otros, la aplicación más conocida es YouTube donde también puedes encontrar todo tipo de información.

Nivel Psicológico. La infoxicación o la sobrecarga de información a provocado como consecuencia en el aspecto psicológico los siguiente:

Miedo. Según, Galán (2020) describe en su artículo que: “El miedo a perdernos información relacionada con el tema de salud que nos interesa nos lleva directos a la sobrecarga informativa. Conocer de mucho, pero en realidad no saber de nada, genera falta de especialización” (p.1).

Apariencia. según, Duro (2017) determina que: “A menudo utilizamos la información simplemente para aparentar que sabemos sobre un tema. El problema es cuando queremos saber de todos. Y para no patinar en ello, estamos obligados a leer toda la actualidad que gira alrededor de él” (p.1). Los jóvenes y adultos queremos estar siempre informados, estar conectados con la realidad y la actualidad, por eso son muchas las veces en las que aparentamos saber sobre algún tema importante.

Ansiedad. Con el tiempo la sobrecarga de información, provoca un síndrome llamado (Síndrome de fatiga por información) y según, la revista Prevencionar.com (2015) explica que: “El síndrome se da en personas que tienden a manejar grandes cantidades de información procedente de libros, revistas, periódicos, correos electrónicos, móviles y sobre todo redes sociales. Los síntomas más destacados del mismo son: estrés, ansiedad, confusión, superficialidad” (p.1).

Inseguridad. Según, Galán (2020) describe que: “Pero estar inseguro, convierte la búsqueda en algo obsesivo, que nos agobia y termina por colapsar la acción sin obtener nada en claro” (p.1). Muchas veces al escuchar o leer una información que afecta a nivel mundial como la pandemia del COVID-19, comenzamos a sentir inseguridad, por lo que acudimos a diferentes medios de comunicación para mantenernos informados o saber de qué se trata el problema.

El estudio tiene *base legal*, mediante el cual el presente escrito ha sido elaborado por la Red ANDI América Latina y ANDI (Agencia de noticias por los derechos de la infancia) (2010) con la ayuda de Save The Children Suecia y busca resguardar los derechos de niñas, niños y adolescentes. Para ello se realizó un estudio en los países de Perú, Venezuela, Paraguay, Ecuador, Colombia, Nicaragua, Brasil, México, Guatemala, Chile, Uruguay, Costa Rica, y Bolivia, que trata de la norma de los diferentes medios de difusión:

Tiempo mínimo de transmisión de contenidos específicos; delimitación de horarios y edades; símbolos de exhibición; mención a contenidos específicos; programación regional; publicidad y merchandising; estímulo a la producción de contenidos de buena calidad; exhibición de imágenes e identificación de niños, niñas y adolescentes; políticas de educación para los medios de comunicación; y trabajo infantil en los mismos. (p.9)

Como punto de comparación según, el sistema regulador sueco (2010) se propuso amparar los derechos de niñas, niños y jóvenes frente a la difusión de contenidos que los medios brindan:

Prohibir la transmisión de publicidad dirigida a menores de 12 años y dentro de los programas dirigidos a público infantil; prohibir la transmisión de imágenes pornográficas y con alto grado de violencia; asignar fondos para desarrollar contenidos de calidad; limitar los horarios para la emisión de programas con contenido de violencia y sexo; exigir una señal de advertencia antes de la emisión de programas con contenidos no aptos para menores de edad. (p.10)

Códigos de ética. En el Perú, nuestra legislación también busca impulsar que los procedimientos de correulación se den a través de los medios de comunicación. El Reglamento de la Ley de Radio y Televisión del Perú brinda los lineamientos generales para que las radiodifusoras elaboren sus respectivos códigos de ética.

Según, el Congreso de la Republica del Perú, la Ley de Radio y Televisión, LEY N° 28278 (2004) en el Perú también se encontró mecanismos reguladores para la difusión de contenidos, a través de los siguientes artículos:

Mediante el artículo I. Refiere a la libertad de acceso que tiene la persona a los servicios de radiodifusión, en el que se tiene como principio, la no discriminación, y la igualdad. Asimismo, el artículo II. Refiere a los siguientes principios de servicio de radiodifusión: “Respeto a su dignidad. La libertad de expresión, de pensamiento y opinión. El respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural. La libertad de información veraz e imparcial. El fomento de la educación, cultura y moral de la Nación” (p.1).

Disposiciones generales. En el artículo 4. Tiene como fin dar a conocer a la comunidad a través de los medios de comunicación: “La información, el conocimiento, la cultura, la educación y el entretenimiento, en un marco de respeto de los deberes y derechos fundamentales, así como de promoción de los valores humanos y de la identidad nacional” (p.1).

Horario familiar. En el artículo 40. Desde las 6 de la mañana hasta las 11 de la noche, los programas que se brindan a través de los medios de comunicación, tienen que evitar transmitir contenido de violencia, o algún contenido para adulto en hora familiar que afecte las virtudes de niños, adolescentes o de la familia.

En el artículo 41. Los representantes de cada medio son los encargados de clasificar lo que se transmite o se difunde, como tipos de programas, publicidad, imágenes, en los medios como periódicos, televisión, radio, respetando siempre el artículo 40 del horario familiar.

En el artículo 42. El contenido que se difunda mediante los programas de tv que estén fuera del horario familiar tiene que dar a conocer mediante imagen o voz una advertencia como “apto para mayores de catorce (14) años con orientación de adultos, o apto solo para adultos” (p.1).

En el artículo 43. Ningún programa o medio de comunicación puede transmitir mensajes sexuales o pornográfico que promueva la comercialización sexual. (p.1)

En estos artículos hemos podido saber que en nuestro País también existen medias que cuidan y resguardan la integridad de nuestros niños y jóvenes con los contenidos que se difunden a través de nuestros medios de comunicación, y que se respeta la integridad y los derechos de las personas.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis

H_i: Existe infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.

H₀: No existe infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.

3.2. Definición y operacionalización de las variables

Definición conceptual de la variable

Variable 1: Infoxicación. La infoxicación es la incapacidad de análisis eficiente de un flujo de información elevado, es decir, es la dificultad para procesar la gran cantidad de datos a los que está expuesto hoy el ser humano.

Definición operacional

Variable 1: Infoxicación. Está referida a dar a conocer y mejorar el nivel de conocimiento de la comunidad sobre el tema, poder identificar los medios de comunicación que generan infoxicación, y así mismo, tiene como fin determinar la realidad a través de las dimensiones propuestas como, medios de comunicación, tipo de información de comunicación, medios digitales, y el nivel psicológico del uso de la información.

Matriz de operacionalización de las variables

Cuadro 1: Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable I N F O X I C A C I O N	Está referida a dar a conocer y mejorar el nivel de conocimiento de la comunidad sobre el tema, poder identificar los medios de comunicación que generan infoxicación, y, asimismo, tiene como fin determinar la realidad a través de las dimensiones propuestas como, medios de comunicación, tipo de información de comunicación, medios digitales, y el nivel psicológico del uso de la información.	Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Los medios audiovisuales. - Los medios radiofónicos - Los medios impresos - Los medios digitales 	N o m i n a l
		Tipo de información de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Información privada - Información pública - Información interna - Información externa 	
		Medios digitales	<ul style="list-style-type: none"> - Blog - Redes sociales - Periódicos digitales - Videos online 	
		Nivel psicológico del uso de la información	<ul style="list-style-type: none"> - Inseguridad - Miedo - Apariencia - Ansiedad 	

Fuente: Elaboración propia.

3.3. Tipo de estudio y diseño de la investigación

La presente investigación según su finalidad es *aplicada*, con un enfoque *cuantitativo*, de tipo de estudio *descriptivo*. La investigación es *aplicada* porque hace uso de los instrumentos y las teorías que se establecen en el marco teórico de la investigación, hace uso y desarrolla una encuesta la cual será aplicada a participantes del Distrito de Tumbes, con la finalidad de saber de qué manera el problema planteado en la investigación afecta a la ciudadanía y lograr resolver el problema determinado (Rodríguez, 2019), asimismo la investigación es *cuantitativa* porque hace uso de herramientas

o elementos estadísticos para una buena interpretación a través de tablas y figuras, tiene como criterios, la factibilidad, tener objetividad, y determinar la variable mediante el análisis estadístico, por lo que los resultados que sean obtenidos a través de las herramientas apropiadas, son confiables y válidos (Marketing, 2018), y es *descriptiva* porque describe con la mayor precisión posible las características de la realidad, especifica los factores de la variable que pueden influir en la población (Martinez, 2019).

De esta manera, la presente investigación es de diseño *no experimental*, estudio *transversal*, *prospectivo*, *microsociológico*. La siguiente investigación es *no experimental* porque no existe ningún tipo de manipulación sobre la variable y el investigador observa los hechos en su entorno natural (Montano, 2019), además es de diseño *transversal* porque observa y hace un análisis de la información obtenida de la variable de la investigación tomando en cuenta a la población (QuestionPro, 2020), de esta manera por su amplitud es *microsociológico* porque el estudio de la variable se realiza a una población de estudio pequeña, asimismo la investigación también es *prospectiva* porque existe una observación y se crea una proyección a futuro para dar a conocer a la población sobre la infoxicación digital que se da a través de los medios de comunicación y puedan identificarla (Ayala, 2016).

3.4. Población.

Según, Lalangui (2017) define a la población de la siguiente manera: “Se define como la totalidad de elementos, individuos, entidades con características similares de las cuales se utilizarán como unidades de muestreo. También es conocido como Universo” (p.1).

Para esta investigación, la población es el universo o grupo de la investigación, mediante el cual estamos interesados en alcanzar conclusiones, y lograr resultados, regularmente la población es de gran magnitud, la cual está compuesta por características que delimitan y establecen los parámetros muestrales, conteniendo el total de los fenómenos, objetos, que se quiera investigar.

La población o grupo de investigación, en la cual se ha generalizado los resultados, estará constituida por los pobladores del Distrito de Tumbes 2020, entre los 20 a 39 años de edad, según el censo realizado en el 2017 por INE, solo en el distrito de tumbes es de 102,306 pobladores.

Cuadro 2. Población, ciudadanos del distrito de Tumbes, 2020

Grupo etareo	Masculino	Femenino	Total
20-24	4.330	4.326	8.656
25-29	4.065	4.090	8.155
30-34	3.789	4.051	7.840
35-39	3.696	3.774	7.470
Total	15.880	16.241	32.121

Fuente: INEI, 2017

Se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{N z^2 p \cdot q}{d^2 (N-1) + z^2 p \cdot q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población.

Z = Coeficiente de confiabilidad: para un 95% de confiabilidad

$Z = 1,96 \cong 2$

P = Probabilidad de éxito o proporción de aciertos = 0.5

$q = 1 - p$

3.5. Muestra.

Según, Zamora (2017) describe que: “La muestra es la fracción de la población a investigar, de allí se sacará información relacionada a las variables y sus respectivas mediciones y observaciones” (p.1).

La muestra está compuesta por una población entre los 20 a 39 años de edad, que viven en el Distrito de Tumbes. Para poder obtener la muestra de estudio, se aplicó la formula estadística que dio un resultado de 383 participantes como unidad de análisis, al observar que la muestra aún era muy grande, se realizó un reajuste, por motivos del aislamiento social provocado por la COVID-19 y la ubicación de los participantes, se

considerará ah 60 participantes los cuales serán de ambos sexos, así como se representa en el siguiente cuadro:

Cuadro 3. Muestra de estudio de los ciudadanos del distrito de Tumbes, 2020

Grupo etéreo	N° de participantes
20-39	60
Total	60

Tipo de Muestreo. En el presente estudio de investigación se utilizó los siguientes tipos de muestreo:

Muestreo No Probabilístico

Muestreo casual o incidental. Seleccionado la población de estudio, se escogen los individuos de forma casual o incidental, ejemplo de ello es realizar la encuesta de investigación en un determinado lugar y se desarrolla la encuesta de forma accidental a las personas que este en el lugar (UniversoFormulas, 2020, p.1).

Muestreo Aleatorio simple. Según, Enciclopedia Económica (2019) define que: “El muestreo aleatorio simple es un tipo de muestreo probabilístico en el cual todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados” (p.1).

Se aplicará el cuestionario de manera aleatoria a los pobladores del distrito de Tumbes, comprendidos entre las edades de 20 a 39 años, quienes serán seleccionados de manera aleatoria. Se les facilitará la encuesta a través de las redes sociales (Facebook, Whatsapp, Instagram), cabe recalcar que sus respuestas serán de manera anónima, la cual se realizará mediante una aplicación de encuestas.

3.6 Criterios de selección

Los participantes incluidos en el análisis de estudio son los Pobladores del Distrito de Tumbes de 20 a 39 años; por otra parte, se han excluido Pobladores del Distrito de Tumbes no menores de 20 años, ni mayores de 39 años.

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La Técnica característica de la investigación es de campo, siendo así la encuesta escrita la técnica utilizada, la investigación es un estudio cuantitativo lo que nos permite aplicar un procedimiento inductivo y analítico siendo el instrumento la base de los resultados logrados (Raffino, 2020).

Instrumento. El instrumento para la investigación es el cuestionario, mediante el cual se obtendrá la recolección de datos y mediante el cual se respalda la efectividad del procedimiento a través de una cadena de preguntas, permitiendo así la evaluación frente al problema (Chagoya, 2008).

En la presente investigación el instrumento determinado es el cuestionario, ya que sustenta la confianza y la seguridad del desarrollo del estudio, constará de una serie de preguntas para los participantes, lo que nos permitirá evaluar y saber de forma determinada el problema de la investigación.

El cuestionario estuvo establecido por 39 ítems, con una escala de medición nominal, con escala de Likert. Es de escala nominal porque la población escogida del Distrito de Tumbes es determinada por la edad (QuestionPro, 2020, p.1), asimismo es de escala de Likert ya que se tomará en cuenta la opinión de los encuestados y se medirá el nivel de satisfacción de la población escogida (Molera, 2020).

3.8 Procedimiento de recolección de datos.

Desarrollado el instrumento para la investigación, no se logró reunir a los participantes de manera presencial por el confinamiento social de la COVID-19, por ello fue necesario enviar las encuestas formuladas en un aplicativo de Google, mediante dispositivos digitales que permitirán el desarrollo de la encuesta al grupo determinado.

Cabe recalcar que, al enviar el cuestionario se brindó en una hoja la información necesaria describiendo los objetivos y la importancia que tiene el presente trabajo para la sociedad, de esta manera también se les explico cómo se llevaría a cabo la evaluación del cuestionario sobre el tema del trabajo de investigación.

El procedimiento para poder obtener los resultados, consta de 39 preguntas del cuestionario, donde se les envía a 60 diferentes personas del distrito de tumbes mediante un dispositivo digital, utilizando las redes sociales como un mediador (whatsapp, Facebook, Instagram) donde los encuestados tendrán que responder de manera sincera, el cuestionario será de forma anónima. Ante cualquier duda se les explico de que se tratará la investigación para poder obtener un desarrollo adecuado, finalmente se les agradecerá por ser partícipes de la investigación.

3.9 Métodos de análisis.

Recopilada la información a través del cuestionario, el cual estuvo compuesto por 39 ítems, se agrupa a cada uno de ellos para establecer en la base de datos, el cual se organizó de acuerdo a sus dimensiones y sus respectivos indicadores en una base de datos, en el que se aplicó el programa Excel 2019 para poder organizar los resultados según las dimensiones.

Asimismo, se utilizó el software estadístico **SPSS versión 22**. Para la correspondiente interpretación se realizó tablas y figuras estadísticas para la comprensión de los resultados. La hipótesis se formulará de acuerdo a los resultados obtenidos con más relevancia.

3.10 Validación y confiabilidad del instrumento.

En la presente investigación para que los resultados sean considerados válidos, el instrumento del estudio fue evaluado por un grupo de “expertos” que estuvo compuesto por 3 profesionales, uno de los expertos es profesional de lingüística, el segundo experto es profesional en metodología y el tercer experto es del área de las comunicaciones ya que cuenta con conocimiento sobre el fenómeno estudiado es de gran magnitud.

De esta forma, se utilizó inicialmente un grupo piloto de 10 pobladores, para poder lograr la confiabilidad del instrumento, a través del software **SPSS Versión 22** con el objetivo de poder calcular el alfa de Cronbach, se demostró así posteriormente la estabilidad de los resultados obtenidos, consiguiendo como resultado 0,895 en los 39 ítems aplicados en el cuestionario, generando seguridad en los resultados obtenidos posteriormente. De la misma manera se calificó el cuestionario ya que en la herramienta de estudio se busca la confiabilidad tomando en cuenta el nivel de complejidad en la estructura del desarrollo de los ítems.

3.11 Materiales

En el proceso del proyecto de investigación, se utilizaron materiales como: lapiceros, hojas cuadriculadas, borrador, lápices, hojas bon. Asimismo para poder desarrollar el cuestionario se hizo uso de una computadora (laptop) y al mismo tiempo de una impresora, ya que al realizar mis prácticas en la UNTumbes, pude aprovechar la oportunidad de realizarle la encuesta ah algunas personas, y de esta manera también hice uso del internet (GOOGLE DRIVE) para poder realizar las encuestas, ya que me permite esta opción rápida y sencilla “Formulario Google”, al culminar la elaboración del cuestionario, pude enviar el enlace del formulario para que los pobladores del distrito de Tumbes puedan responderla.

Para poder cotejar la hipótesis de investigación y poder medir las dimensiones e indicadores mediante las encuestas empleadas a los pobladores del distrito de Tumbes, se utilizó el software SPSS versión 22 y el programa Microsoft Excel 2019, con la finalidad pertinente de analizar e interpretar los datos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

En la presente sección se dará a conocer los datos obtenidos en la investigación, interpretarlos y analizarlos con las teorías del marco teórico, los cuales están relacionados con los objetivos y la hipótesis.

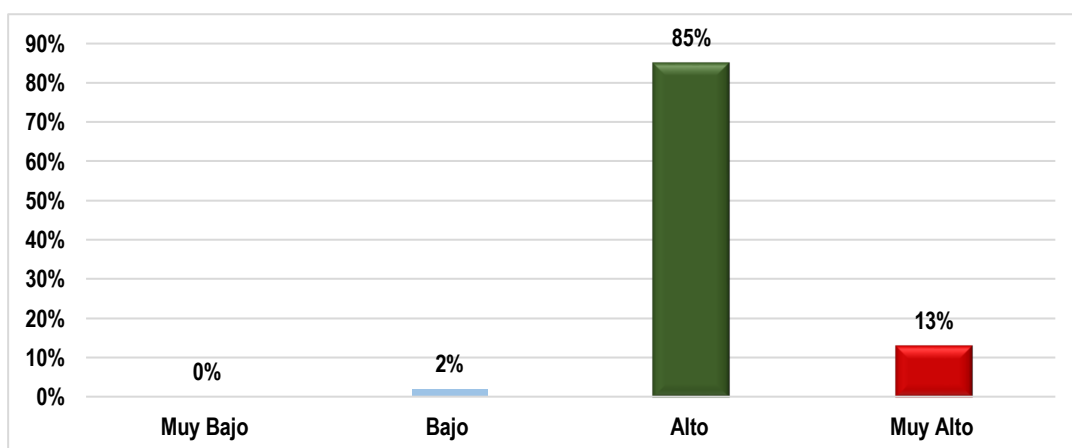
Cuadro 1: Nivel de infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el distrito de Tumbes, 2020.

Escala de valoración	V1: Infoxicación digital		
	f	%	Valoración cualicuantitativo de la variable
Muy Bajo	0	0%	
Bajo	1	2%	
Alto	51	85%	Alto
Muy Alto	8	13%	
Total	60	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Tumbes – Elaboración propia.

Interpretación:

El cuadro 1, se observa el comportamiento de la variable infoxicación digital; donde el 85% señalan un nivel “Alto” de infoxicación y se incrementa con un 13% “Muy alto”; solo el 2% perciben un nivel “Bajo” de infoxicación digital.



Fuente: Cuadro 1

Figura: Distribución porcentual del nivel de infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.

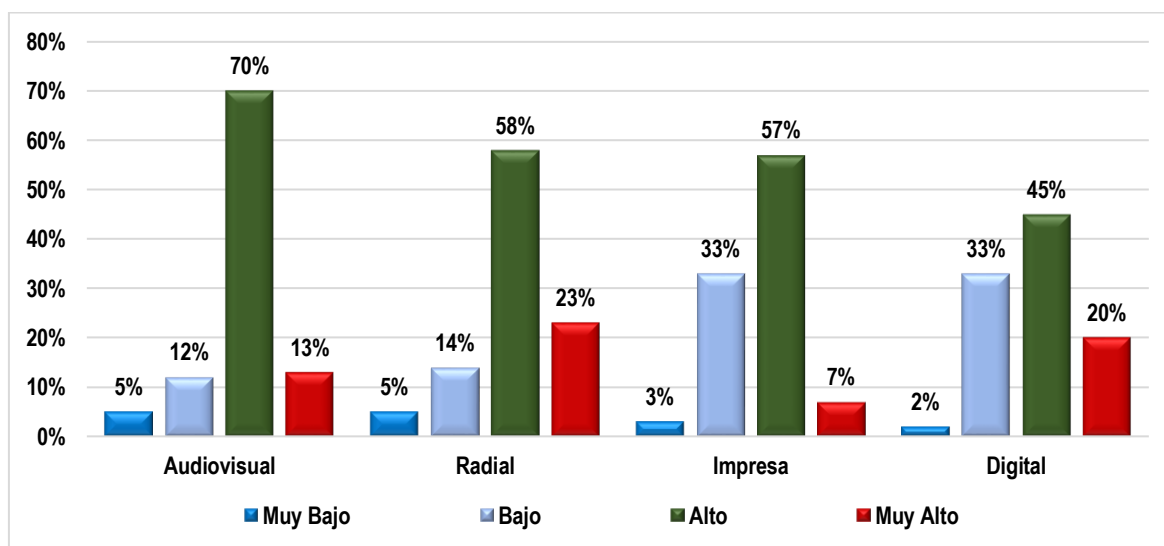
Cuadro 2: Nivel de infoxicación digital de los medios de comunicación en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.

Escala Valorativa	Audiovisual		Radial		Impresa		Digital	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy Bajo	3	5%	3	5%	2	3%	1	2%
Bajo	7	12%	8	14%	20	33%	20	33%
Alto	42	70%	35	58%	34	57%	27	45%
Muy Alto	8	13%	14	23%	4	7%	12	20%
Valoración de los indicadores	Alto		Alto		Alto		Alto	
Valoración de la dimensión	Alto							
Total	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Tumbes – Elaboración propia.

Interpretación:

El Cuadro 2, muestra que los principales medios de comunicación, como el Radial (58%); Impreso (57%) y el Digital (45%), generan un Alto nivel de infoxicación en la población de Tumbes, siendo el Audiovisual el más alto, con un porcentaje de 70% de influencia.



Fuente: Cuadro 2

Figura: Distribución porcentual del nivel de infoxicación digital de los medios de comunicación en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.

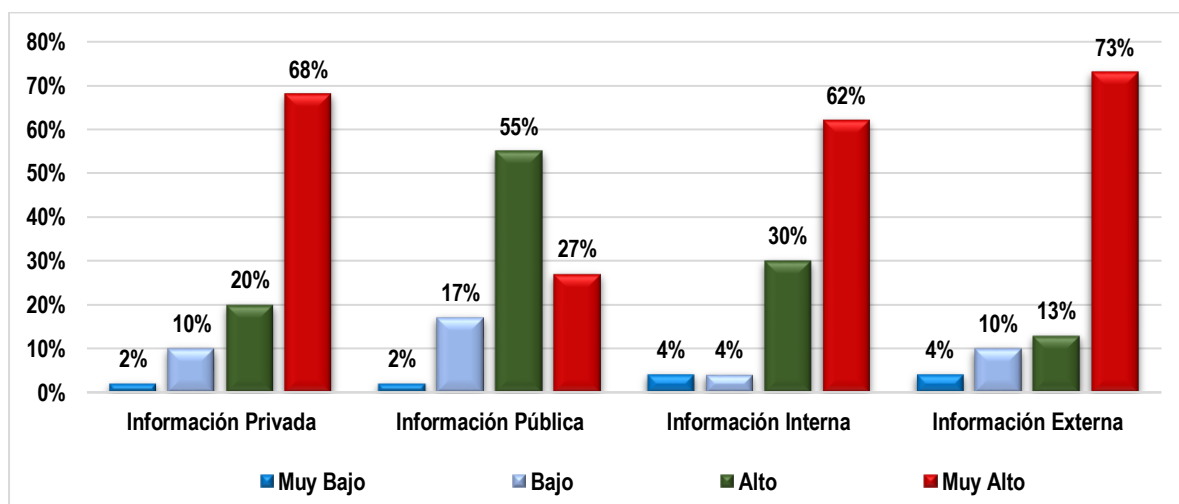
Cuadro 3: Nivel de infoxicación digital del tipo de información de comunicación en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes 2020.

Escala Valorativa	Información Privada		Información Pública		Información Interna		Información Externa	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy bajo	1	2%	1	2%	2	4%	2	4%
Bajo	6	10%	10	17%	2	4%	6	10%
Alto	12	20%	33	55%	18	30%	8	13%
Muy Alto	41	68%	16	27%	38	62%	44	73%
Valoración de los indicadores	Alto		Alto		Alto		Alto	
Valoración de la dimensión	Alto							
Total	60%	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Tumbes – Elaboración propia.

Interpretación:

El Cuadro 3, muestra que el tipo de Información Externa y la Información Privada tienen un Muy Alto nivel de Infoxicación con un 73% y 68% de influencia respectivamente y la Información pública e Interna presenta un nivel alto de infoxicación.



Fuente: Cuadro 3

Figura: Distribución porcentual del nivel de infoxicación digital del tipo de información de comunicación en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes 2020

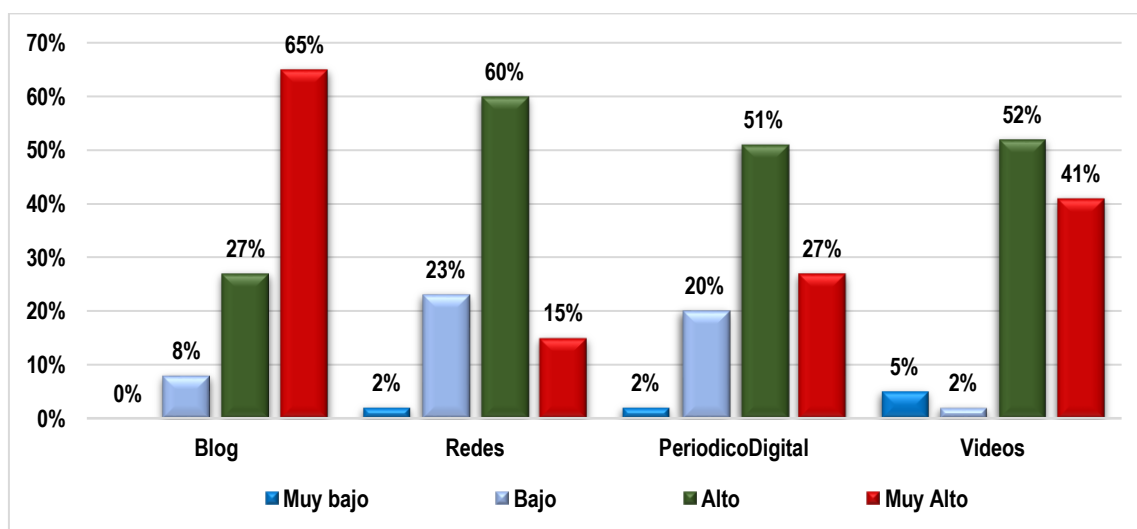
Cuadro 4: Nivel de infoxicación digital de los medios digitales tumbesinos en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes 2020.

Escala Valorativa	Blog		Redes		Periódico Digital		Videos Online	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy Bajo			1	2%	1	2%	3	5%
Bajo	5	8%	14	23%	12	20%	1	2%
Alto	16	27%	36	60%	31	51%	31	52%
Muy Alto	39	65%	9	15%	16	27%	25	41%
Valoración de los indicadores	Alto		Alto		Alto		Alto	
Valoración de la dimensión	Alto							
Total	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Tumbes – Elaboración propia.

Interpretación:

El Cuadro 4, muestra que los medios digitales tienen un nivel significativo de infoxicación, entre ellas el Blog 65% con un “Muy Alto” nivel, las Redes Sociales 60%, los Periódicos Digitales 51%, Videos Online 52% “Alto” nivel en los pobladores del distrito de Tumbes



Fuente: Cuadro 4.

Figura: Distribución porcentual del nivel de infoxicación digital de los medios digitales tumbesinos en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes 2020.

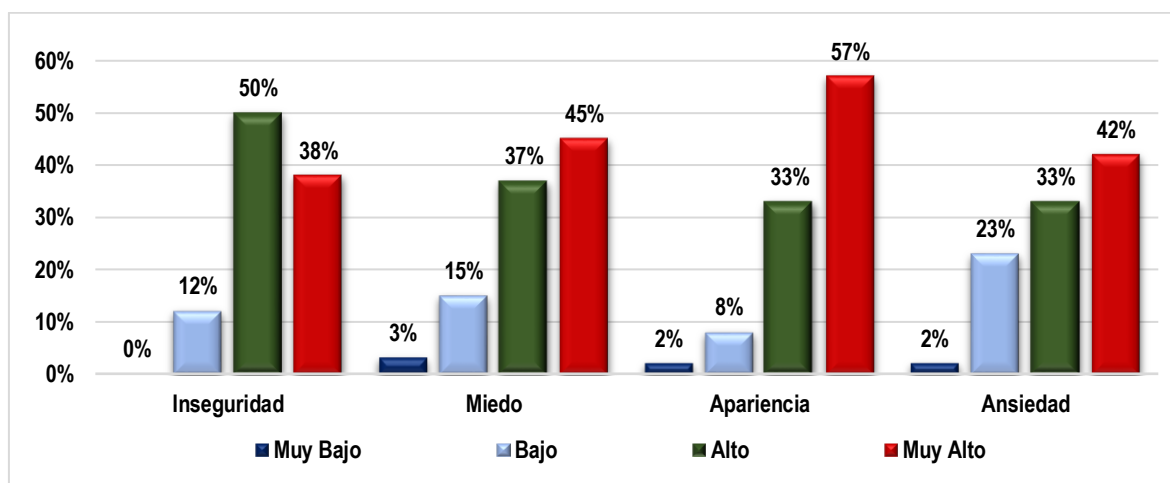
Cuadro 5: Nivel de infoxicación digital en el aspecto psicológico del uso de la información en tiempo de COVID-19 del Distrito de Tumbes 2020.

Escala Valorativa	Inseguridad		Miedo		Apariencia		Ansiedad	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy Bajo	0	0%	2	3%	1	2%	1	2%
Bajo	7	12%	9	15%	5	8%	14	23%
Alto	30	50%	22	37%	20	33%	20	33%
Muy Alto	23	38%	27	45%	34	57%	25	42%
Valoración de los indicadores	Alto		Alto		Alto		Alto	
Valoración de la dimensión	Alto							
Total	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Tumbes – Elaboración propia.

Interpretación:

El Cuadro 5, muestra que la Apariencia es el nivel psicológico con mayor índice de infoxicación (57%), seguido de la Inseguridad con un alto nivel de (50%) y así mismo la ansiedad con (33%) ya que muchos medios de comunicación aparentan ser serios a la hora de transmitir información.



Fuente: Cuadro 5

Figura: Distribución porcentual en la Infoxicación del Nivel de infoxicación digital en el aspecto psicológico del uso de la información en tiempo de COVID-19 del Distrito de Tumbes 2020.

4.2 DISCUSIÓN

En el presente capítulo, describe y contrasta el pasado con el presente, corroborando los resultados obtenidos en el estudio, con los estudios iniciales plasmados en los antecedentes de la investigación. Asimismo, da a conocer las fortalezas y debilidades del estudio estableciendo las coincidencias o diferencias, entre los estudios previos y su respaldo con las teorías del marco teórico los resultados obtenidos.

Los resultados del cuadro 1 muestra el comportamiento de la variable infoxicación digital; donde, el mayor número de participantes considera que existe un nivel Alto (85%) y Muy Alto (13%) de infoxicación digital, calificando a la variable un alto nivel de infoxicación. De acuerdo a los antecedentes de estudio, la investigación de Veloz (2016) tiene similitud con los resultados del presente estudio, considerando “alto” nivel de infoxicación digital, afectando así, la veracidad de la información, desde la perspectiva de que los usuarios consumidores no diferencian lo que es prensa sensacionalista y la prensa amarillista (49%); el 29% de consumidores cree que es lo mismo; mientras que el 22% de las personas muestra reconocerlo, pero consumen esta información sin criterio alguno de beneficio.

Los resultados del cuadro 2, muestra cuatro indicadores como medios de comunicación, calificando a la dimensión con un “Alto” nivel de intoxicación e igual que sus indicadores: 70% de medio audiovisual, radial (58%); Impreso (57%) y el Digital (45%). Por lo tanto, se asemejan al estudio de D’Agostino et al. (2018), donde señala que en la información transmitida por los medios de comunicación existe un “alto” nivel de infoxicación, por lo que la información no tiene filtro alguno para emitir la información sea objetiva, asimismo, en la declaración, imágenes, datos, o videos; también es muy importante que las personas encargadas sean capacitadas para poder brindar información objetiva, veraz y precisa a través de los diferentes canales de difusión.

De la misma forma los resultados del cuadro 3 referente al tipo de Información, señala que la información externa y la información privada tienen un nivel “Muy Alto” de Infoxicación con un 73% y 68% de influencia respectivamente, mientras que la Información Pública e Interna con un 55% y 30% presenta un nivel “Alto” de infoxicación. Es así que los resultados obtenidos se relacionan con el estudio de Gómez (2016) refiere que existe un “Alto” nivel de infoxicación ya que más de 4 millones de personas buscan diariamente información nacional o mundial en internet o en algún medio de comunicación, 204 millones de personas envían emails, 2 millones y medio publica en Facebook e Instagram su información privada, y 3600 fotografías son públicas, lo que genera sobre cargas de información constantemente, sin que las personas puedan identificarla el problema.

Del mismo modo en el cuadro 4, el medio digital con mayor nivel de infoxicación es el Blog 65% considerado en un “Muy Alto” nivel de infoxicación, seguido de las Redes Sociales 60%, los Periódicos Digitales 51%, y Videos Online 52% “Alto” nivel en los pobladores del distrito de Tumbes. De la misma manera los resultados obtenidos, son similares a la investigación de Enriquez y Villanueva (2019) señalando que existe infoxicación en un “Muy Alto” nivel ya que la información que se transmite mediante los medios digitales es brindada y difundida por nosotros mismos, causando así un exceso de información. Asimismo, reafirma Surco (2017) en su investigación que el 94.3% de la población interactúa e intercambia información a través de la red social y además que el 69% a experimentado algún tipo de conflicto o dificultad que ha generado infoxicación en los estudiantes.

De igual forma en el cuadro 5, el nivel psicológico muestra que la Apariencia tiene un “Muy Alto” nivel de infoxicación con 57%, seguido de la Inseguridad 50%, ansiedad 33% y miedo 37% con un “Alto” nivel de infoxicación, que muchos medios de comunicación generan a la hora de transmitir la información. De esta manera el resultado identificado se relaciona con el estudio de Aguiló (2018) donde refiere que alguna de las características psicológicas de la infoxicación es la ansiedad, inseguridad, miedo y la angustia que es causada por el “Alto” nivel del exceso de información. De la misma forma se señala que alguna de las secuelas psicológicas provocada por la ansiedad es el “Síndrome de fatiga por

información”, que es causada por la infoxicación según la revista Prevenir.com (2015).

V. CONCLUSIONES

En la presente investigación de la variable de estudio, se identificó que existe un “alto” nivel de infoxicación en los pobladores del distrito de Tumbes, lo que señala que existe la falta de conocimiento sobre el tema, y el uso inadecuado de la información que se brindan a través de los medios de comunicación, más aún en tiempo de COVID-19, donde crean en la población una sicosis.

En la investigación se logró identificar los principales medios de comunicación que genera un “alto” nivel de infoxicación digital, como lo son los medios: Radiales, Impresos, Digitales y Audiovisuales, ya que son consumidos por la población de estudio, generando intranquilidad y credibilidad sobre la información que se brinda, pero el medio que más infoxicación genera es el Audiovisual, ya que los programas transmiten constantemente información y cifras sobre los casos de COVID-19.

El nivel de infoxicación del tipo de información de comunicación que reciben los usuarios del distrito de Tumbes es “muy alto”, identificando a la información privada y externa como los principales indicadores del problema, como lo es el COVID-19, en un inicio se dio a conocer en el extranjero y creó el temor en las personas, al igual que la privada hay información que las entidades no dejan conocer a la población creando la mala información y suposiciones, asimismo la información que se difunden mediante los medios de comunicación debe ser de manera responsable, ya que la población quiere conocer información fidedigna.

El nivel de infoxicación de los medios digitales tumbesinos es de gran escala, demostrando que existe un “muy alto” nivel de infoxicación en los blogs y en las redes sociales, ya que son los más rápidos en difundir información de todo tipo, asimismo los periódicos digitales y los videos online tiene un “alto” nivel de infoxicación, ya que son los medios más usados por los pobladores del distrito de Tumbes, para mantenerse informados sobre la pandemia del COVID-19 y otras noticias.

La infoxicación del nivel psicológico del uso de la información es de gran escala, demostrando que en la dimensión Apariencia tiene un “muy alto” nivel de infoxicación, porque los medios tumbesinos actualmente aparentan y carecen de credibilidad por parte de los pobladores, asimismo la inseguridad y la ansiedad tiene un “alto” nivel de infoxicación, las cuales son las consecuencias psicológicas que la infoxicación genera afectando a las personas con el tiempo, más aún en esta pandemia del COVID-19 en el distrito de Tumbes.

VI. RECOMENDACIONES

Promover talleres o capacitaciones educativos a través de los medios de comunicación; para generar actividades relacionadas al mal uso de la información que brindan en los canales de difusión tanto regional, nacional o mundial, dar a conocer sobre la existencia de la infoxicación digital y puedan identificarla por sí mismos, y poder así bajar el índice de infoxicación que existe en la población.

La Universidad Nacional de Tumbes, mediante sus asignaturas deben promover el desarrollo de una cultura del manejo óptimo de la información en las diferentes carreras profesionales, los docentes deben realizar proyectos de sensibilización del uso de la información.

Asimismo, en la carrera profesional de ciencias de la comunicación desde el primer ciclo académico se les debe enseñar la ética, el buen uso de los medios de comunicación y de la información que brindarán, se tiene que proyectar capacitaciones constantemente en los diferentes ciclos académicos, programar proyectos de extensión para otras carreras profesionales sobre el manejo de la información y dar a conocer sobre la infoxicación digital en el departamento de tumbes.

De la misma manera, se hará entrega del informe de la presente investigación a entidades como la Municipalidad Provincial de Tumbes, para que tengan conocimientos de los resultados que se evidencia sobre el mal uso de la información que difunden los medios regionales, lo que generan consecuencias psicológicas en la población.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta (2018). *Medios digitales: herramientas útiles para el crecimiento de las empresas*. entreperiodistasperiodismoycomunicación. Recuperado de: <http://www.entreperiodistas.com/medios-digitales-herramientas-utiles/>

Aguiló (2018). «Infoxicación» entra en el Diccionario del español urgente. Recuperado de: <https://www.instituteofnext.com/infoxicacion-entra-en-el-diccionario-del-espaol-urgente/>

Álvarez (2020). La Infoxicación. *Metábasis cambio y desarrollo integral*. Recuperado de: <https://metabasis.es/la-infoxicacion/>

Álvarez (2018) “*La alfabetización digital en el desarrollo de capacidades de procesamiento de la información en los alumnos de la especialidad de Tecnología Informática, Facultad de Educación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – Yanahuanca*”, [Tesis Doctoral]. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2166/TD%20CE%201916%20A%20-%20Alvarez%20Lopez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ayala (2016). *Investigación Prospectiva y Retrospectiva*. Prezi. Recuperado de: https://prezi.com/gx5h_zaqfpmv/investigacion-prospectiva-y-retrospectiva/

Castañeda (2020). *Intensidad de la exposición a medios de comunicación*. Politikaperu. Recuperado de: <https://www.politikaperu.org/intensidad-de-la-exposicion-a-medios-de-comunicacion.htm>

Chagoya (2008). *Métodos y técnicas de investigación*. Gestipolis. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>

Congreso de la República (2014, 23 de junio). *Ley de Radio y Televisión. Ley N^o 28278*. Recuperado de: <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28278.htm>

Cornella (2013). Infoxicación. *Alfons Cornella Semper Progredi*. Recuperado de: <https://alfonscornella.com/2013/10/02/infoxicacion/>

- Cornejo R. (2020). *“Es un buen momento para conectarnos emocionalmente con nuestros hijos”*. Recuperado de: <http://udep.edu.pe/hoy/2020/es-un-buen-momento-para-conectarnos-emocionalmente-con-nuestros-hijos/>
- D’Agostino, et al, (2018). *“Infoxicación en salud. La sobrecarga de información sobre salud en la web y el riesgo de que lo importante se haga invisible”*. *Panam Salud Publica*, 41(115), 1. Recuperado de: <https://www.scielosp.org/pdf/rpsp/2017.v41/e115/es>
- Delgado, I. (2019/10/17). *“Qué son Medios de comunicación”*. *Significados*. Recuperado de: <https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>
- Diario Gestión (2020). *Conozca como peruanos consumen medios tradicionales y digitales ante estado de emergencia*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/conozca-como-peruanos-consumen-medios-tradicionales-y-digitales-ante-estado-de-emergencia-coronavirus-covid-19-medios-tradicionales-kantar-noticia/>
- Duro (2018). *¿Qué es la infoxicación digital y cómo puedes evitarla?*. *Sonia Duro Limia social selling y mentoring*. Recuperado de: <https://soniadurolimia.com/que-es-la-infoxicacion-digital-como-evitarla/>
- Duro (2017). *¿Qué es la infoxicación digital y cómo puedes evitarla?* *Webempresa*. Recuperado de: <https://www.webempresa.com/blog/que-es-infoxicacion.html>
- El Blog Ceupe (2018). *El blog: Un sistema de comunicación e información*. CEUPE (Centro Europeo de Postgrado). Recuperado de: <https://www.ceupe.com/blog/el-blog-un-sistema-de-comunicacion-e-informacion.html#:~:text=Desde%20los%20principios%20de%20internet,ha%20sido%20para%20comunicar%20personas.>
- Elionor (2014). *Información o Infoxicación. Los medios de comunicación. Divinity por encima de tus posibilidades*. Recuperado de: <https://eliocesca.wordpress.com/2014/02/18/informacion-o-infoxicacion-los-medios-de-comunicacion/>
- Enciclopedia Económica (2019). *Muestreo aleatorio simple*. *Enciclopedia Económica*. Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-aleatorio-simple/>
- Enriquez y Villanueva (2019). *“¿Es la comunicación la piedra de toque de todas las Organizaciones? ¿Qué tan necesario es que en una Organización la*

Comunicación sea fluida? Un análisis de la Infoxicación, [Tesis de Pregrado], Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628229/Enriquez_QA.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Galán (2020). *Sobrecarga informativa o infoxicación*. DKVSalud. Recuperado de: <https://quierocuidarme.dkvsalud.es/ocio-y-bienestar/sobrecarga-informativa-o-infoxicacion>

Gómez (2018). *Comunicación: ¿Por qué debemos repetir el mensaje?* Mujeresycia. Recuperado de: <https://mujeresycia.com/la-repeticion-del-mensaje-en-comunicacion/>

Idrovo (2015). *“Medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta matutina nº 119 Dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil”*, [Tesis de Pregrado], Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8203/1/TESIS%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N-%20CRISTY%20IDROVO%20R.pdf>

Informatizarte (2011). *La Infoxicación*. Informatizarte. Recuperado de: <http://informatizarte.com.ar/blog/?p=1216>

Lattuada P. (2020). *Infodemia e infoxicación: la pandemia de la comunicación*. Recuperado de: <https://www.economista.com.ar/2020-04-infodemia-e-infoxicacion-la-pandemia-de-la-comunicacion/>

Marketing (2018). *Investigación cuantitativa: qué es y características*. E-nquest. Recuperado de: <https://www.e-nquest.com/investigacion-cuantitativa-que-es-y-caracteristicas/>

Martinez (2019). *Investigación descriptiva: definición, tipos y características*. Liferder.com. Recuperado de: <https://www.liferder.com/investigacion-descriptiva/>

Molera (2020). *Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla (incluye ejemplos)*. HubSpot. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>

Montano (2019). *Investigación No Experimental: Diseños, Características, Ejemplos*. Liferder.com. Recuperado de: <https://www.liferder.com/investigacion-no-experimental/#Tipos>

- Organización Mundial de Salud (2020). *¿Qué es la infodemia de la que habla la OMS?*. Recuperado de: <https://www.julianmarquina.es/que-es-infodemia/>
- Oyaregui (2017). *¿Noticias largas o cortas?. Tipo blog “El conocimiento es una conversación”*. Recuperado de: <http://catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2017/noticias-largas-o-cortas/>
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (2015). *¿Sobrecarga de información?. ¿infoxicación?*. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/ccii/2015/06/18/sobrecarga-de-información-infoxicación/>
- Prevencionar.com (2015). *¿Qué es el síndrome de fatiga informativa?*. Prevencionar.com. Recuperado de: <https://prevencionar.com/2015/06/25/que-es-el-síndrome-de-fatiga-informativa/>
- Procesostecnologicos (2010). Medios de Comunicación. *Procesostecnologicos*. Recuperado de: <https://isme2210.wordpress.com/medios-de-comunicacion/>
- Quesada (2009). *Investigar o perecer infoxicado*. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/105quesada.pdf>
- QuestionPro (2020). *¿Qué es un estudio transversal?*. QuestionPro. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-transversal/#:~:text=El%20estudio%20transversal%20se%20define,transversal%20y%20estudio%20de%20prevalencia.>
- QuestionPro (2020). *Escala Nominal y la Escala Ordinal ¿Cuál es la diferencia?*. QuestionPro. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/escala-nominal-y-escala-ordinal/#:~:text=En%20la%20escala%20nominal%20las%20variables%20se%20diferencian%20por%20sus%20nombres.&text=Se%20utilizan%20variables%20como%3B%20g%3%A9nero,de%20esta%20escala%20de%20medici%C3%B3n.>
- Raffino (2020). *Técnicas de Investigación*. Concepto.de. Recuperado de: https://prezi.com/gx5h_zaqfpmv/investigacion-prospectiva-y-retrospectiva/
- Red ANDI América Latina y ANDI (Agencia de noticias por los derechos de la infancia) (2010). *La Regulación de los Medios de Comunicación y los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes*. Recuperado de:

file:///C:/Users/Mafer/ Downloads/norma%20de%20regulacion%20de%20los%20medios%20de%20comunicacion.%20(1).pdf

Rodríguez (2019). *Investigación aplicada: características, definición, ejemplos*. Lifer.com. Recuperado de: https://www.lifer.com/investigacion-aplicada/#Caracteristicas_principales_de_la_investigacion_aplicada

Sanchez (2016). *El periódico digital y sus estructuras externas e internas*. Prezi. Recuperado de: https://prezi.com/r1_8ozc0ivml/el-periodico-digital-y-sus-estructuras-externas-e-internas/

Schiavi P. (2020). *Infoxicación: el fenómeno que crece en tiempos de coronavirus*. Recuperado de: <https://www.elpais.com.uy/vida-actual/infoxicacion-fenomeno-crece-tiempos-coronavirus.html>

Surco (2017) *“Incidencia de las redes sociales en la Comunicación Interpersonal de los estudiantes de la Universidad Privada San Carlos 2014”*, [Tesis de Pregrado], Universidad Nacional del Altiplano, Perú. Recuperado de: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/7281/Surco_Tuny_Franklin_Anderson.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres M. (2019). *La infoxicación: el nuevo mal en tiempos de internet*. Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia-la-infoxicacion-nuevo-mal-tiempos-internet-81961.aspx>

UniversoFormulas (2020). *Muestreo Casual o Accidental*. UniversoFormulas. Recuperado de: <https://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-casual/>

Veloz (2016) *“El periodismo sensacionalista en las noticias de crónica roja, desde la visión de los estudiantes del séptimo semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil: caso diario extra”*, [Tesis de Pregrado], Universidad del Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15403/1/VELOZ%20ENCALADA%20TESIS.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia del estudio de investigación

INFOXICACIÓN DIGITAL EN TIEMPO DE COVID-19 EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2020

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA				
<p>¿Cuáles son los Indicadores asociados a la Infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en los usuarios del Distrito de Tumbes, 2020?</p> <p>P. ESPECÍFICOS</p> <p>a. ¿Cuáles son los principales medios de comunicación que genera la infoxicación digita en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020?</p> <p>b. ¿Cuáles son los tipos de información más consumida de los medios de comunicación que genera infoxicación digital</p>	<p>Identificar los Indicadores de la infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de, Tumbes, 2020.</p> <p>O. ESPECÍFICOS</p> <p>a. Identificar los principales medios de comunicación que genera la infoxicación digita en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.</p> <p>b. Analiza el tipo de información más consumida de los medios de comunicación que genera infoxicación digital en los</p>	<p>H1: Si se identifican los Indicadores de la infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.</p> <p>H0: No se identifican los Indicadores de la infoxicación digital en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.</p> <p>H. ESPECÍFICAS</p> <p>a. Se identifica los principales medios de comunicación que genera la infoxicación digita en tiempo de COVID-19 en el Distrito de Tumbes, 2020.</p> <p>b. Se identifica el tipo de información más consumida de los medios de</p>	Variable 1: INFOXICACIÓN DIGITAL				
			DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	ÍNDICE
			Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Los medios audiovisuales. - Los medios radiofónicos - Los medios impresos - Los medios digitales 	Encuesta Aplicada a Pobladores del Distrito de Tumbes	1, 2, 3, 4, 5, 6; 7, 8, 9, 10, 11, 12.	Escala de Likert
			Tipo de información más consumida de los medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Información privada - Información pública - Información interna - Información externa 		13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21.	
			Medios digitales	<ul style="list-style-type: none"> - Blog - Redes Sociales - Periódicos Digitales - Videos online 		22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31.	

<p>en los usuarios en tiempo de covid-19?</p> <p>c. ¿Cuáles son los medios digitales tumbesinos que la población consume que fomenta la infoxicación?</p> <p>d. ¿Cuáles son los niveles psicológicos del uso de la información de los medios de comunicación que genera infoxicación digital en los usuarios en tiempo de COVID-19?</p>	<p>usuarios en tiempo de covid-19.</p> <p>c. Identificar los medios digitales tumbesinos que la población consume que fomenta la infoxicación.</p> <p>d. Evaluar el nivel psicológico del uso de la información de los medios de comunicación que genera infoxicación digital en los usuarios en tiempo de COVID-19.</p>	<p>comunicación que genera infoxicación digital en los usuarios en tiempo de covid-19.</p> <p>c. Se identifica los medios digitales tumbesinos que la población consume que fomenta la infoxicación.</p> <p>d. Se identifica el nivel psicológico del uso de la información de los medios de comunicación que genera infoxicación digital en los usuarios en tiempo de COVID-19.</p>	<p>Nivel psicológico del uso de la información</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inseguridad - Miedo - Apariencia - Ansiedad 		<p>32, 33, 34, 35, 36; 37, 38, 39.</p>	
---	--	--	--	--	--	--	--

MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA																								
<p>TIPO DE ESTUDIO:</p> <p>El estudio tiene un enfoque CUANTITATIVO, tipo de investigación Descriptivo, con finalidad aplicada.</p> <p>DISEÑO DE ESTUDIO: El diseño de la investigación es No experimental, porque no tiene manipulación por parte del investigador. Tiene un estudio de corte transversal, microsociológico y prospectivo.</p> <p>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inductivo – Deductivo. 	<p>POBLACIÓN:</p> <p>Para la elaboración del estudio de investigación, se ha considerado a los pobladores del Distrito de Tumbes</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Grupo etareo</th> <th>Masculino</th> <th>Femenino</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20-24</td> <td>4.330</td> <td>4.326</td> <td>8.656</td> </tr> <tr> <td>25-29</td> <td>4.065</td> <td>4.090</td> <td>8.155</td> </tr> <tr> <td>30-34</td> <td>3.789</td> <td>4.051</td> <td>7.840</td> </tr> <tr> <td>35-39</td> <td>3.696</td> <td>3.774</td> <td>7.470</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>15.880</td> <td>16.241</td> <td>32.121</td> </tr> </tbody> </table>	Grupo etareo	Masculino	Femenino	Total	20-24	4.330	4.326	8.656	25-29	4.065	4.090	8.155	30-34	3.789	4.051	7.840	35-39	3.696	3.774	7.470	Total	15.880	16.241	32.121	<p>Para la presente investigación se considera como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario.</p> <p>CUESTIONARIO: Aplicado a los pobladores del Distrito de Tumbes.</p> <p>Administración: Se aplicará el cuestionario a cada uno de los participantes seleccionados en la muestra de forma incidental.</p> <p>Duración: Es variable, aproximadamente 25 minutos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ámbito de aplicación: A los pobladores del Distrito de Tumbes. - Finalidad: Identificar los indicadores de la infoxicación digital en tiempos de COVID-19 que afecta a los pobladores del Distrito de Tumbes. - Características: El instrumento consta de 39 ítems, el mismo que cada uno se seleccionará de acuerdo a la naturaleza de la variable de estudio, en los cuales los pobladores participantes marcarán con un aspa en el casillero que crea conveniente. 	<p>Luego de aplicadas las encuestas se procederá a crear una base de datos para transferir las respuestas y finalmente, se codificarán los resultados a través del programa SPSS (versión XXII para Windows) y el programa Microsoft Excel (versión 2013).</p>
Grupo etareo	Masculino	Femenino	Total																								
20-24	4.330	4.326	8.656																								
25-29	4.065	4.090	8.155																								
30-34	3.789	4.051	7.840																								
35-39	3.696	3.774	7.470																								
Total	15.880	16.241	32.121																								

MUESTRA:

La muestra se determinó aplicando el muestreo aleatorio simple para los pobladores del Distrito de Tumbes entre los 20 a 39 años y se empleó la fórmula estadística para calcular el tamaño de la muestra, utilizando el muestreo casual para los 50 participantes, quedando conformada la muestra cómo se indica en el siguiente cuadro:

Grupo etáreo	N° de participantes
20-39	50
Total	50

- **Confiabilidad:** El cuestionario ha sido elaborado teniendo en cuenta los estándares de calidad de IPEBA y EFQM. Asimismo, se ha parafraseado a un lenguaje más sencillo para su mejor comprensión.
- **Validez confiabilidad:** El instrumento será validada por un grupo de “expertos” especializado en la materia y para la confiabilidad

MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:

Para la información de los resultados obtenidos del instrumento de investigación (Cuestionario), se trabaja en una tabla de matriz de datos en el programa Microsoft Excel 2013, teniendo en cuenta la sistematización de la variable de estudio, dimensiones e indicadores. Mediante el procesamiento de la información se elaborarán tablas y figuras estadísticas para una mejor interpretación y comprensión de los resultados obtenidos, de acuerdo a los objetivos del estudio de la investigación. De la misma manera se utilizó el aplicativo SPSS versión 22 quien determinará si se acepta o se rechaza la hipótesis de investigación o la nula. En tal sentido, al análisis de los resultados se elaborarán las conclusiones que darán respuesta a los objetivos y preguntas de la investigación.

Infoxicación Digital en tiempo de Covid-19 en el Distrito Tumbes, 2020

VARIABLE 1: INFOXICACIÓN DIGITAL

DIMENSIÓN: MEDIOS DE COMUNICACIÓN		Escala valorativa: 4=SIEMPRE 3=CASI SIEMPRE 2=CASI NUNCA 1=NUNCA			
INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR: MEDIOS AUDIOVISUALES					
1	¿La información que se transmite por los medios audiovisuales sobre el COVID-19 le causa malestar social?				
2	¿Considera que la información brindada por la televisión sobre el COVID-19 fue tratada de manera inapropiada?				
3	¿Con qué frecuencia crees que los medios audiovisuales le brindan información reiterativa sobre COVID-19?				
INDICADOR: MEDIO RADIOFÓNICO					
4	¿Con qué frecuencia considera que la radio habla sobre los casos de fallecidos de COVID-19?				
5	¿Cree que las emisoras radiales durante el día saturan de información con temas de COVID-19?				
6	¿Considera que la información brindada por los programas de radio alarma cuando se habla de COVID-19?				
INDICADOR: MEDIOS IMPRESOS					
7	¿Con qué frecuencia los periódicos de su localidad brindan información inadecuada sobre COVID-19?				
8	¿Considera que los periódicos impresos difunden imágenes alarmantes sobre COVID-19?				
9	¿Cree que los periódicos de su localidad le brindan información no confiable sobre COVID-19?				
INDICADOR: MEDIO DIGITAL					
10	¿Considera que se puede encontrar información sobre COVID-19 en páginas web?				
11	¿Cuándo estas conectado a internet y recibes una notificación sobre nueva información acerca del COVID-19 accedes a la información?				
12	¿Recibe notificaciones mediante su teléfono sobre COVID-19 al punto de sentirse incomodo?				

DIMENSIÓN: TIPO DE INFORMACIÓN

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR: INFORMACIÓN PRIVADA					
13	¿Considera que mantener información oculta sobre COVID-19 causo malestar en la población?				
14	¿Cree que se deba informar a la población sobre las cifras de casos de contagio de COVID-19 de manera oportuna?				
INDICADOR: INFORMACIÓN PÚBLICA					
15	¿Considera que la información sobre el COVID-19 debe ser pública en todos los medios de comunicación?				
16	¿Cree que los medios de comunicación difunden información inconclusa sobre el COVID-19?				
INDICADOR: INFORMACIÓN INTERNA					
17	¿Consideras que se debe brindar información real sobre COVID-19 a nivel nacional?				
18	¿Cree que los medios de comunicación de su localidad lo sobrecargan de información sobre el COVID-19?				
INDICADOR: INFORMACIÓN EXTERNA					
19	¿Considera que la información internacional sobre el COVID-19 debe ser conocida a nivel nacional?				
20	¿Crees que es importante mantenerse informado con los acontecimientos mundiales sobre COVID-19 de fuentes confiables?				

DIMENSIÓN: MEDIOS DIGITALES

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR: BLOG					
21	¿Considera que los medios de comunicación de la región de tumbes deben contar con un blog donde brinden los enlaces de la información obtenida sobre el COVID-19 para más seguridad?				
22	De existir un blog con información relevante sobre COVID-19, ¿Con qué frecuencia lo leería ?				
INDICADOR: REDES SOCIALES					
23	Durante la pandemia ¿Con qué frecuencia ha visualizado información sobre el COVID-19 en páginas de Facebook de la región?				
24	¿Considera que las redes sociales le brindan información sobre el COVID-19 en la región de tumbes?				
25	¿Desde qué inicio la pandemia considera que las redes sociales tumbesinas sobrecargan de información negativa del COVID-19 a la comunidad?				
INDICADOR: PERIODICO DIGITALES					
26	¿Cree usted que los periódicos digitales de tumbes deberían brindar una mejor información al público sobre el COVID-19?				
27	¿Con qué frecuencia los periódicos digitales de tu localidad te informan sobre los casos de contagiados de COVID-19 en la región de tumbes?				
28	¿Consideras que es importante la información de los periódicos digitales de la región?				
INDICADOR: VIDEOS ONLINE					
29	¿Cree que la información sobre el COVID-19 que se brinda mediante vídeos es más entendible que leer la Información?				
30	¿Con qué frecuencia encuentras videos sobre el COVID-19 en internet?				

DIMENSIÓN: NIVEL PSICOLÓGICO

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR: INSEGURIDAD					
31	¿Con qué frecuencia la información brindada por los medios de comunicación sobre la COVID-19, le ha generado inseguridad?				
32	¿Cree que la inseguridad de la población se debe a la exagerada de información brindada por los medios de comunicación sobre el COVID-19?				
INDICADOR: MIEDO					
33	¿Con qué frecuencia siente desconfianza de la información sobre el COVID-19 brindada por los medios de comunicación?				
34	¿Cree que el miedo se genera por la mala información sobre el COVID-19?				
INDICADOR: APARIENCIA					
35	¿Con qué frecuencia cree que los medios de comunicación han aparentado ser objetivos en el tratamiento de las noticias del COVID-19?				
36	¿Al inicio de la pandemia considera que la difusión sobre el COVID -19 en los medios de comunicación llamaban la atención de la población?				
INDICADOR: ANSIEDAD					
37	¿Cree que la sobre carga informativa sobre el COVID-19 genera ansiedad en la población?				
38	¿La información sobre el COVID-19 brindada por los medios de comunicación le ha generado angustia?				
39	¿Con qué frecuencia al leer o escuchar información negativa sobre el COVID-19 le ha causado ansiedad?				

ANEXO 3

Escala de confiabilidad – Alfa de Cronbach para validar la confiabilidad del instrumento

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,895	39

CORRELATIONS

```
/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18  
P19 P20 P21 P22 P23 P24 P25 P26 P27 P28 P29 P30 P31 P32 P33 P34 P35 P36 P37  
P38 P39
```

```
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
```

```
/MISSING=PAIRWISE.
```

ANEXO 4

Constancia de validación del instrumento de investigación por el “Juicio de expertos”.

Experto 01: Metodólogo

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **ANIBAL MEJÍA BENAVIDES**, con Documento Nacional de Identidad N°...**16442222**, de profesión...**Licenciado en Educación**, grado académico.....**DOCTOR**....., labor que ejerzo actualmente como Docente, en la “Universidad Nacional de Tumbes”.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado “Encuesta a los ciudadanos del distrito de Tumbes”, cuyo propósito es identificar el nivel de la infoxicación digital en tiempos de COVID-19 en el distrito de tumbes. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración cualitativa			
	Aplicable		Inaplicable	
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Calidad de redacción de los ítems.	x			
Amplitud del contenido a evaluar.		x		
Congruencia con los indicadores.	x			
Coherencia con las dimensiones.		x		

Apreciación total:

Aplicable: solo si los valores se encuentran en el rango de bueno y excelente.

Inaplicable: Si los valores se encuentran en el rango de regular y deficiente.

Conclusión final del experto: Aplicable (x) Inaplicable ()

Apellidos y nombres: **ANIBAL MEJÍA BENAVIDES**

DNI: **16442222**

Firma:



Docente: **Anibal Mejía Benavides**
Universidad Nacional de Tumbes
Facultad de Ciencias Sociales

Tumbes, 20 de octubre del 2020

Experto 02: Lingüista

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Samuel David Ancajima Mena**, con Documento Nacional de Identidad N°...**4072110**, de profesión...**Licenciado en Educación**, grado académico.....**Magister.....**, labor que ejerzo actualmente como Docente, en la “Universidad Nacional de Tumbes”.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado “Encuesta a los ciudadanos del distrito de Tumbes”, cuyo propósito es identificar el nivel de la infoxicación digital en tiempos de COVID-19 en el distrito de tumbes. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración cualitativa			
	Aplicable		Inaplicable	
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Calidad de redacción de los ítems.	x			
Amplitud del contenido a evaluar.		x		
Congruencia con los indicadores.	x			
Coherencia con las dimensiones.		x		

Apreciación total:

Aplicable: solo si los valores se encuentran en el rango de bueno y excelente.

Inaplicable: Si los valores se encuentran en el rango de regular y deficiente.

Conclusión final del experto: Aplicable (x) Inaplicable ()

Apellidos y nombres: Samuel David Ancajima Mena DNI: **4072110** ... Firma:



Tumbes, 02 de octubre del 2020

Experto 03: Licenciado en Ciencias de la comunicación.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **José Martín Mogollón Medina**, con Documento Nacional de Identidad N°...**43849098**, de profesión...Lic. Ciencias de la Comunicación, grado académico.....**MBA**..., labor que ejerzo actualmente como Docente, en la "Universidad Nacional de Tumbes".

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado "Encuesta a los ciudadanos del distrito de Tumbes", cuyo propósito es identificar el nivel de la infoxicación digital en tiempos de COVID-19 en el distrito de tumbes. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración cualitativa			
	Aplicable		Inaplicable	
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Calidad de redacción de los ítems.	x			
Amplitud del contenido a evaluar.		x		
Congruencia con los indicadores.	x			
Coherencia con las dimensiones.		x		

Apreciación total:

Aplicable: solo si los valores se encuentran en el rango de bueno y excelente.

Inaplicable: Si los valores se encuentran en el rango de regular y deficiente.

Conclusión final del experto: Aplicable (x) Inaplicable ()



Apellidos y nombres: Mogollón Medina José Martín ..DNI. . 43849098Firma:

Tumbes, 02 de octubre del 2020

ANEXO 5

Instrumento de investigación aplicado de manera digitalizada.



docs.google.com

Infoxicación Digital en tiempo de Covid-19 en el Distrito Tumbes, 2020

Thanks for submitting your contact info!

[Modificar tu respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

ANEXO 6

Aplicación del cuestionario infoxicación digital en tiempo de covid-19, en el distrito de tumbes, 2020

39 ¿Con qué frecuencia al leer o escuchar información negativa sobre el COVID-19 le ha causado ansiedad?

- SIEMPRE
- CASI SIEMPRE
- CASI NUNCA
- NUNCA

Borrar la selección

Sin título

Enviar

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios





5 ¿Cree que las emisoras radiales durante el día sobrecargan de información con temas de COVID-19?

- SIEMPRE
- CASI SIEMPRE
- CASI NUNCA
- NUNCA

Borrar la selección

6 ¿Considera que la información brindada por los programas de radio es exagera cuando se habla de COVID-19?

- SIEMPRE
- CASI SIEMPRE
- CASI NUNCA
- NUNCA



Borrar la selección



docs.google.com



Digital en tiempo de Covid-19 en el Distrito Tumbes, 2020

Thanks for submitting your contact
info!

[Modificar tu respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido.
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) -
[Política de Privacidad](#)

Google Formularios



ANEXO 7

Calificación del cuestionario de las variable y dimensiones del estudio

VARIABLE 1: Infoxicación

DIMENSIÓN	MEDIOS DE COMUNICACIÓN																					
	MEDIOS AUDIOVISUALES					MEDIO RADIOFÓNICO					MEDIOS IMPRESOS					MEDIO DIGITAL						
INDICADOR	P1	P2	P3	TT	TV	P4	P5	P6	TT	TV	P7	P8	P9	TT	TV	P10	P11	P12	TT	TV	TTD	TDV
1	3	3	3	9	15	4	3	4	11	18	3	4	3	10	17	4	3	4	11	18	41	17
2	4	3	3	10	17	3	3	3	9	15	3	3	2	8	13	3	3	3	9	15	36	15
3	2	3	4	9	15	4	2	2	8	13	2	4	3	9	15	3	3	2	8	13	34	14
4	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	36	15
5	3	2	4	9	15	4	2	3	9	15	4	4	2	10	17	3	4	4	11	18	39	16
6	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	2	2	7	12	34	14
7	3	4	2	9	15	3	3	3	9	15	3	3	4	10	17	2	4	3	9	15	37	15
8	3	2	3	8	13	3	3	3	9	15	3	2	3	8	13	3	3	3	9	15	34	14
9	3	4	2	9	15	2	4	3	9	15	3	3	3	9	15	4	3	2	9	15	36	15
10	3	3	3	9	15	3	4	4	11	18	3	4	2	9	15	4	4	4	12	20	41	17
11	3	2	4	9	15	4	3	3	10	17	2	3	4	9	15	4	2	4	10	17	38	16
12	3	4	3	10	17	3	3	3	9	15	3	4	1	8	13	3	2	3	8	13	35	15
13	3	2	4	9	15	4	2	4	10	17	2	4	3	9	15	3	3	2	8	13	36	15
14	3	4	3	10	17	4	3	4	11	18	3	3	3	9	15	4	3	2	9	15	39	16
15	3	3	3	9	15	4	4	3	11	18	4	3	3	10	17	4	3	2	9	15	39	16
16	2	4	2	8	13	3	3	3	9	15	3	3	2	8	13	3	2	3	8	13	33	14
17	3	3	3	9	15	3	4	3	10	17	3	4	2	9	15	3	2	4	9	15	37	15
18	4	4	3	11	18	4	4	3	11	18	4	4	2	10	17	4	3	3	10	17	42	18
19	4	3	3	10	17	4	4	3	11	18	4	3	4	11	18	3	4	3	10	17	42	18
20	3	4	3	10	17	3	3	4	10	17	2	3	4	9	15	4	3	2	9	15	38	16
21	4	4	4	12	20	4	4	4	12	20	2	4	4	10	17	2	3	2	7	12	41	17
22	3	4	3	10	17	2	3	4	9	15	3	3	2	8	13	4	1	3	8	13	35	15
23	3	3	3	9	15	3	4	3	10	17	4	3	2	9	15	4	4	3	11	18	39	16
24	4	2	4	10	17	4	4	4	12	20	4	1	4	9	15	4	4	4	12	20	43	18
25	3	3	3	9	15	3	4	3	10	17	4	2	2	8	13	4	3	3	10	17	37	15
26	4	4	4	12	20	3	3	2	8	13	1	3	3	7	12	3	1	3	7	12	34	14
27	3	3	3	9	15	3	4	3	10	17	3	3	2	8	13	4	2	3	9	15	36	15
28	3	4	4	11	18	2	4	4	10	17	4	4	4	12	20	4	4	4	12	20	45	19
29	3	2	3	8	13	3	3	3	9	15	2	3	2	7	12	3	2	3	8	13	32	13
30	3	4	2	9	15	3	3	3	9	15	3	4	2	9	15	4	4	4	12	20	39	16
31	1	3	4	8	13	3	3	4	10	17	3	4	3	10	17	4	3	3	10	17	38	16
32	3	4	3	10	17	3	4	2	9	15	2	3	4	9	15	4	4	2	10	17	38	16
33	4	4	4	12	20	2	2	4	8	13	4	4	4	12	20	4	1	4	9	15	41	17
34	3	3	3	9	15	2	4	4	10	17	3	4	2	9	15	3	2	4	9	15	37	15
35	3	2	4	9	15	3	2	3	8	13	2	3	2	7	12	3	4	2	9	15	33	14
36	3	2	4	9	15	3	3	3	9	15	3	3	2	8	13	4	3	2	9	15	35	15

37	4	3	3	10	17	3	4	4	11	18	3	4	4	11	18	4	3	4	11	18	43	18
38	4	4	3	11	18	3	4	3	10	17	3	3	4	10	17	4	1	4	9	15	40	17
39	2	3	3	8	13	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	4	3	4	11	18	37	15
40	4	3	4	11	18	4	4	3	11	18	3	4	2	9	15	3	4	3	10	17	41	17
41	3	4	3	10	17	4	4	4	12	20	3	2	3	8	13	4	1	2	7	12	37	15
42	3	3	3	9	15	4	4	4	12	20	2	3	3	8	13	3	2	3	8	13	37	15
43	2	4	3	9	15	3	3	3	9	15	3	4	3	10	17	3	3	4	10	17	38	16
44	3	3	3	9	15	3	3	2	8	13	3	3	2	8	13	4	2	3	9	15	34	14
45	1	1	1	3	5	3	2	1	6	10	3	1	1	5	8	3	2	2	7	12	21	9
46	1	2	3	6	10	4	1	2	7	12	1	2	3	6	10	4	3	4	11	18	30	13
47	3	3	3	9	15	4	3	3	10	17	3	3	3	9	15	4	3	3	10	17	38	16
48	3	4	2	9	15	4	2	2	8	13	3	3	3	9	15	4	4	4	12	20	38	16
49	2	3	4	9	15	2	2	2	6	10	2	2	3	7	12	3	2	2	7	12	29	12
50	3	2	3	8	13	2	2	2	6	10	2	3	2	7	12	3	3	2	8	13	29	12
51	3	4	3	10	17	4	3	3	10	17	4	3	3	10	17	3	3	4	10	17	40	17
52	4	3	2	9	15	4	3	3	10	17	3	3	3	9	15	4	4	3	11	18	39	16
53	4	3	3	10	17	4	4	4	12	20	4	3	3	10	17	3	2	3	8	13	40	17
54	3	3	4	10	17	2	4	3	9	15	2	3	2	7	12	2	2	2	6	10	32	13
55	3	3	4	10	17	2	3	4	9	15	3	4	2	9	15	3	1	3	7	12	35	15
56	1	3	1	5	8	4	4	4	12	20	2	4	4	10	17	4	4	1	9	15	36	15
57	3	3	3	9	15	3	2	2	7	12	2	3	3	8	13	3	2	3	8	13	32	13
58	4	4	3	11	18	3	4	3	10	17	3	2	4	9	15	3	2	2	7	12	37	15
59	3	2	2	7	12	3	3	3	9	15	4	3	1	8	13	2	2	3	7	12	31	13
60	2	3	4	9	15	3	4	2	9	15	2	2	3	7	12	4	2	1	7	12	32	13

DIMENSIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN																		
INDICADOR	INFORMACIÓN PRIVADA				INFORMACIÓN PÚBLICA					INFORMACIÓN INTERNA				INFORMACIÓN EXTERNA					
SUJETOS	P13	P14	TT	TV	P15	P16	P17	TT	TV	P18	P19	TT	TV	P20	P21	TT	TV	TTD	TDV
1	4	4	8	20	3	4	3	10	17	4	4	8	20	4	4	8	20	34	19
2	3	3	6	15	3	3	3	9	15	4	2	6	15	3	3	6	15	27	15
3	2	3	5	13	2	3	2	7	12	3	2	5	13	4	4	8	20	25	14
4	3	3	6	15	3	3	3	9	15	3	3	6	15	3	3	6	15	27	15
5	4	4	8	20	4	4	4	12	20	4	2	6	15	4	4	8	20	34	19
6	3	4	7	18	2	3	3	8	13	4	3	7	18	3	4	7	18	29	16
7	4	4	8	20	4	4	2	10	17	4	3	7	18	4	4	8	20	33	18
8	3	3	6	15	3	4	3	10	17	4	3	7	18	4	4	8	20	31	17
9	4	4	8	20	3	3	3	9	15	3	3	6	15	3	4	7	18	30	17
10	4	4	8	20	4	3	4	11	18	4	2	6	15	3	4	7	18	32	18
11	2	3	5	13	4	2	1	7	12	4	3	7	18	2	4	6	15	25	14
12	4	3	7	18	3	4	2	9	15	4	3	7	18	3	4	7	18	30	17
13	4	3	7	18	4	4	2	10	17	4	2	6	15	4	4	8	20	31	17
14	4	4	8	20	3	4	4	11	18	4	3	7	18	4	4	8	20	34	19
15	4	4	8	20	4	4	3	11	18	4	3	7	18	4	4	8	20	34	19
16	4	4	8	20	3	4	3	10	17	4	3	7	18	3	4	7	18	32	18
17	3	2	5	13	3	3	4	10	17	4	3	7	18	4	4	8	20	30	17
18	3	4	7	18	4	4	3	11	18	3	3	6	15	3	3	6	15	30	17
19	4	3	7	18	3	4	4	11	18	3	4	7	18	3	3	6	15	31	17
20	4	4	8	20	4	4	4	12	20	4	4	8	20	4	4	8	20	36	20
21	4	4	8	20	3	3	4	10	17	4	4	8	20	4	3	7	18	33	18
22	4	3	7	18	3	4	2	9	15	4	2	6	15	4	4	8	20	30	17
23	4	4	8	20	3	4	2	9	15	4	2	6	15	4	4	8	20	31	17
24	4	4	8	20	4	4	2	10	17	3	4	7	18	3	4	7	18	32	18
25	4	3	7	18	4	3	3	10	17	3	4	7	18	3	3	6	15	30	17
26	3	3	6	15	2	4	3	9	15	1	2	3	8	2	4	6	15	24	13
27	4	4	8	20	4	4	2	10	17	4	4	8	20	3	2	5	13	31	17
28	4	4	8	20	4	4	4	12	20	4	4	8	20	4	4	8	20	36	20
29	3	3	6	15	3	3	3	9	15	3	3	6	15	2	3	5	13	26	14
30	3	4	7	18	3	4	3	10	17	4	3	7	18	4	4	8	20	32	18
31	3	4	7	18	3	3	3	9	15	4	4	8	20	4	4	8	20	32	18
32	3	3	6	15	3	3	3	9	15	3	2	5	13	3	4	7	18	27	15
33	4	2	6	15	4	1	4	9	15	4	4	8	20	4	4	8	20	31	17
34	3	4	7	18	4	4	4	12	20	4	4	8	20	4	4	8	20	35	19
35	3	4	7	18	2	4	3	9	15	4	3	7	18	4	4	8	20	31	17
36	3	3	6	15	3	4	3	10	17	4	4	8	20	4	4	8	20	32	18
37	4	4	8	20	3	4	4	11	18	4	3	7	18	4	4	8	20	34	19
38	4	4	8	20	4	4	3	11	18	4	4	8	20	4	4	8	20	35	19
39	4	4	8	20	3	4	4	11	18	4	3	7	18	4	4	8	20	34	19

40	4	3	7	18	4	4	3	11	18	4	3	7	18	4	3	7	18	32	18
41	3	3	6	15	2	3	3	8	13	4	3	7	18	4	4	8	20	29	16
42	4	3	7	18	2	4	2	8	13	4	3	7	18	4	3	7	18	29	16
43	3	3	6	15	3	3	3	9	15	4	3	7	18	4	4	8	20	30	17
44	3	4	7	18	3	4	3	10	17	3	3	6	15	4	3	7	18	30	17
45	4	4	8	20	2	4	2	8	13	4	4	8	20	4	4	8	20	32	18
46	4	4	8	20	2	4	3	9	15	4	2	6	15	4	4	8	20	31	17
47	4	4	8	20	3	4	3	10	17	4	3	7	18	4	4	8	20	33	18
48	4	4	8	20	3	4	2	9	15	4	2	6	15	4	4	8	20	31	17
49	1	3	4	10	4	2	4	10	17	4	2	6	15	2	2	4	10	24	13
50	3	3	6	15	2	2	2	6	10	2	2	4	10	2	3	5	13	21	12
51	4	4	8	20	4	4	3	11	18	4	3	7	18	4	4	8	20	34	19
52	3	2	5	13	4	4	1	9	15	3	3	6	15	2	3	5	13	25	14
53	3	3	6	15	3	2	3	8	13	3	4	7	18	4	3	7	18	28	16
54	4	3	7	18	2	3	4	9	15	4	4	8	20	3	4	7	18	31	17
55	4	4	8	20	4	4	3	11	18	2	4	6	15	2	2	4	10	29	16
56	1	4	5	13	1	4	4	9	15	4	3	7	18	4	4	8	20	29	16
57	4	4	8	20	4	4	3	11	18	4	3	7	18	4	4	8	20	34	19
58	3	4	7	18	1	2	4	7	12	4	4	8	20	3	3	6	15	28	16
59	3	2	5	13	2	3	3	8	13	3	3	6	15	3	2	5	13	24	13
60	4	3	7	18	3	2	2	7	12	2	4	6	15	4	1	5	13	25	14

Dimensión	MEDIOS DIGITALES																			
Indicador	BLOG				REDES SOCIALES					PERIODICO DIGITALES					VIDEOS ONLINE					
Sujetos	P22	P23	TT	TV	P24	P25	P26	TT	TV	P27	P28	P29	TT	TV	P30	P31	TT	TV	TTD	TDV
1	4	3	7	18	4	3	3	10	17	4	3	3	10	17	4	4	8	20	35	18
2	3	3	6	15	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	3	6	15	30	15
3	4	4	8	20	3	3	2	8	13	3	4	4	11	18	4	2	6	15	33	17
4	3	3	6	15	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	3	6	15	30	15
5	4	4	8	20	3	2	4	9	15	4	4	4	12	20	3	3	6	15	35	18
6	4	3	7	18	3	3	3	9	15	4	3	3	10	17	3	3	6	15	32	16
7	4	4	8	20	4	4	3	11	18	4	3	4	11	18	4	3	7	18	37	19
8	4	2	6	15	3	3	3	9	15	4	3	3	10	17	3	3	6	15	31	16
9	4	2	6	15	3	3	2	8	13	3	3	3	9	15	4	4	8	20	31	16
10	4	3	7	18	4	4	4	12	20	4	3	4	11	18	4	4	8	20	38	19
11	2	4	6	15	3	2	3	8	13	2	3	2	7	12	2	4	6	15	27	14
12	4	3	7	18	3	3	3	9	15	4	3	4	11	18	4	3	7	18	34	17
13	4	3	7	18	2	4	2	8	13	3	2	4	9	15	3	4	7	18	31	16
14	4	3	7	18	3	3	4	10	17	4	3	3	10	17	4	3	7	18	34	17
15	4	3	7	18	4	3	3	10	17	3	2	4	9	15	3	3	6	15	32	16
16	4	3	7	18	3	2	3	8	13	4	3	4	11	18	4	3	7	18	33	17
17	4	3	7	18	3	3	3	9	15	3	3	4	10	17	3	3	6	15	32	16
18	4	3	7	18	4	3	3	10	17	4	3	3	10	17	3	2	5	13	32	16
19	4	4	8	20	3	3	4	10	17	4	4	4	12	20	3	3	6	15	36	18
20	4	3	7	18	3	2	2	7	12	4	2	4	10	17	3	3	6	15	30	15
21	4	4	8	20	4	4	3	11	18	4	4	4	12	20	4	3	7	18	38	19
22	3	3	6	15	3	2	4	9	15	4	2	3	9	15	3	3	6	15	30	15
23	4	4	8	20	4	3	2	9	15	4	2	4	10	17	3	3	6	15	33	17
24	4	4	8	20	4	2	4	10	17	4	2	3	9	15	4	2	6	15	33	17
25	4	4	8	20	4	3	3	10	17	3	3	2	8	13	3	3	6	15	32	16
26	3	2	5	13	2	4	3	9	15	4	3	2	9	15	4	3	7	18	30	15
27	4	4	8	20	3	4	4	11	18	2	3	3	8	13	3	3	6	15	33	17
28	4	4	8	20	4	4	4	12	20	4	4	4	12	20	4	4	8	20	40	20
29	3	3	6	15	2	2	3	7	12	3	3	3	9	15	3	3	6	15	28	14
30	4	4	8	20	4	3	2	9	15	4	2	4	10	17	3	3	6	15	33	17
31	4	3	7	18	4	3	3	10	17	4	3	4	11	18	3	4	7	18	35	18
32	3	3	6	15	3	2	3	8	13	2	2	4	8	13	4	2	6	15	28	14
33	4	3	7	18	3	3	3	9	15	2	2	4	8	13	3	3	6	15	30	15
34	4	2	6	15	2	3	4	9	15	4	2	4	10	17	4	3	7	18	32	16
35	4	4	8	20	3	3	2	8	13	4	3	3	10	17	3	3	6	15	32	16
36	4	3	7	18	4	4	3	11	18	3	2	2	7	12	3	3	6	15	31	16
37	4	4	8	20	3	2	4	9	15	4	3	4	11	18	3	4	7	18	35	18
38	4	2	6	15	4	4	4	12	20	4	3	4	11	18	4	3	7	18	36	18
39	4	3	7	18	3	3	3	9	15	4	3	3	10	17	4	3	7	18	33	17
40	4	2	6	15	3	4	4	11	18	4	3	2	9	15	3	4	7	18	33	17

41	4	2	6	15	3	4	3	10	17	4	3	4	11	18	4	4	8	20	35	18
42	3	3	6	15	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	3	6	15	30	15
43	4	3	7	18	3	3	3	9	15	3	3	4	10	17	4	3	7	18	33	17
44	3	2	5	13	4	3	3	10	17	4	3	3	10	17	3	4	7	18	32	16
45	4	3	7	18	3	3	3	9	15	4	2	3	9	15	3	3	6	15	31	16
46	4	3	7	18	4	3	3	10	17	4	3	4	11	18	1	3	4	10	32	16
47	3	3	6	15	3	3	3	9	15	4	3	3	10	17	4	4	8	20	33	17
48	4	3	7	18	3	3	2	8	13	4	3	4	11	18	3	3	6	15	32	16
49	3	2	5	13	2	2	3	7	12	3	2	3	8	13	4	2	6	15	26	13
50	2	3	5	13	2	3	2	7	12	3	2	3	8	13	3	3	6	15	26	13
51	4	3	7	18	4	3	3	10	17	3	4	3	10	17	3	3	6	15	33	17
52	4	4	8	20	4	4	2	10	17	3	2	3	8	13	4	4	8	20	34	17
53	4	4	8	20	4	4	4	12	20	4	3	3	10	17	2	4	6	15	36	18
54	4	3	7	18	2	3	3	8	13	3	2	3	8	13	4	3	7	18	30	15
55	4	2	6	15	2	3	1	6	10	4	3	2	9	15	4	2	6	15	27	14
56	4	4	8	20	3	3	3	9	15	4	4	4	12	20	4	4	8	20	37	19
57	4	3	7	18	3	3	3	9	15	3	3	3	9	15	3	0	3	8	28	14
58	4	3	7	18	2	1	4	7	12	4	3	1	8	13	3	1	4	10	26	13
59	3	3	6	15	3	4	3	10	17	3	2	1	6	10	4	3	7	18	29	15
60	2	3	5	13	3	3	3	9	15	3	1	3	7	12	3	3	6	15	27	14

DIMENSIÓN	NIVEL PSICOLÓGICO																	
INDICADOR	INSEGURIDAD				MIEDO				APARIENCIA				ANSIEDAD					
SUJETOS	P32	P33	TT	TV	P34	P35	TT	TV	P36	P37	TT	TV	P38	P39	TT	TV	TDT	TDV
1	3	3	6	15	4	4	8	20	4	4	8	20	4	3	7	18	29	18
2	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	24	15
3	4	3	7	18	2	3	5	13	3	4	7	18	3	3	6	15	25	16
4	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	24	15
5	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	24	15
6	2	3	5	13	3	3	6	15	2	4	6	15	3	2	5	13	22	14
7	3	3	6	15	3	3	6	15	4	4	8	20	4	4	8	20	28	18
8	2	4	6	15	4	3	7	18	3	3	6	15	3	3	6	15	25	16
9	4	3	7	18	2	3	5	13	3	4	7	18	3	4	7	18	26	16
10	3	3	6	15	2	4	6	15	4	4	8	20	4	4	8	20	28	18
11	3	3	6	15	4	2	6	15	4	3	7	18	4	1	5	13	24	15
12	2	3	5	13	2	3	5	13	2	4	6	15	4	2	6	15	22	14
13	3	4	7	18	1	2	3	8	4	4	8	20	3	3	6	15	24	15
14	3	4	7	18	3	4	7	18	2	4	6	15	4	3	7	18	27	17
15	2	3	5	13	3	3	6	15	3	4	7	18	4	3	7	18	25	16
16	3	4	7	18	3	3	6	15	3	4	7	18	4	3	7	18	27	17
17	3	3	6	15	3	4	7	18	3	4	7	18	3	3	6	15	26	16
18	4	3	7	18	3	4	7	18	4	3	7	18	4	4	8	20	29	18
19	3	4	7	18	4	4	8	20	4	4	8	20	4	2	6	15	29	18
20	3	3	6	15	3	4	7	18	3	4	7	18	4	4	8	20	28	18
21	3	3	6	15	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	20	30	19
22	4	2	6	15	2	4	6	15	3	4	7	18	4	4	8	20	27	17
23	2	3	5	13	2	3	5	13	3	4	7	18	3	2	5	13	22	14
24	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	20	4	3	7	18	31	19
25	3	3	6	15	3	4	7	18	4	4	8	20	4	4	8	20	29	18
26	3	4	7	18	4	4	8	20	4	4	8	20	4	1	5	13	28	18
27	4	3	7	18	3	3	6	15	2	2	4	10	3	3	6	15	23	14
28	4	4	8	20	4	4	8	20	4	3	7	18	4	4	8	20	31	19
29	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	24	15
30	2	3	5	13	2	4	6	15	2	4	6	15	3	2	5	13	22	14
31	3	4	7	18	3	4	7	18	4	3	7	18	4	3	7	18	28	18
32	3	3	6	15	2	3	5	13	2	3	5	13	3	3	6	15	22	14
33	4	4	8	20	4	4	8	20	3	4	7	18	4	4	8	20	31	19
34	3	4	7	18	4	4	8	20	3	3	6	15	4	4	8	20	29	18
35	4	2	6	15	3	3	6	15	2	4	6	15	3	3	6	15	24	15
36	3	3	6	15	3	3	6	15	2	3	5	13	3	3	6	15	23	14
37	3	4	7	18	3	4	7	18	4	3	7	18	4	3	7	18	28	18
38	3	4	7	18	4	4	8	20	4	2	6	15	4	4	8	20	29	18
39	2	3	5	13	3	4	7	18	3	4	7	18	3	2	5	13	24	15

40	3	4	7	18	3	2	5	13	4	4	8	20	4	4	8	20	28	18
41	4	3	7	18	4	4	8	20	2	3	5	13	3	3	6	15	26	16
42	3	3	6	15	3	3	6	15	3	4	7	18	2	3	5	13	24	15
43	3	4	7	18	3	3	6	15	3	4	7	18	4	3	7	18	27	17
44	3	3	6	15	3	3	6	15	3	4	7	18	4	3	7	18	26	16
45	3	3	6	15	3	3	6	15	3	4	7	18	3	2	5	13	24	15
46	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	3	1	4	10	22	14
47	3	3	6	15	4	3	7	18	3	3	6	15	3	3	6	15	25	16
48	3	2	5	13	3	3	6	15	3	3	6	15	4	4	8	20	25	16
49	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	20	3	2	5	13	29	18
50	2	4	6	15	3	2	5	13	3	2	5	13	3	3	6	15	22	14
51	4	3	7	18	3	4	7	18	3	4	7	18	4	4	8	20	29	18
52	3	4	7	18	4	4	8	20	2	4	6	15	2	3	5	13	26	16
53	3	3	6	15	3	4	7	18	3	3	6	15	3	3	6	15	25	16
54	3	3	6	15	3	4	7	18	3	3	6	15	4	2	6	15	25	16
55	4	2	6	15	4	3	7	18	4	3	7	18	3	2	5	13	25	16
56	3	4	7	18	1	1	2	5	3	4	7	18	4	1	5	13	21	13
57	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	15	24	15
58	2	4	6	15	4	4	8	20	4	4	8	20	4	1	5	13	27	17
59	3	3	6	15	2	3	5	13	3	2	5	13	4	3	7	18	23	14
60	2	4	6	15	1	4	5	13	3	3	6	15	3	2	5	13	22	14

Infoxicación digital en tiempo de covid-19 en el distrito de Tumbes, 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	www.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	<1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
4	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1%
5	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1%
7	e-revistas.uc3m.es Fuente de Internet	<1%
8	www.webempresa.com Fuente de Internet	<1%


Oscar Galindo La Rosa Pezoso
Autor

		<1 %
9	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
10	www.instituteofnext.com Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	www.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
14	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to Universidad de Jaén Trabajo del estudiante	<1 %
16	bibliotecaunapec.blob.core.windows.net Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Corporación Universitaria del Caribe Trabajo del estudiante	<1 %
18	Submitted to Universidad Carlos III de Madrid Trabajo del estudiante	<1 %



19	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	Submitted to Universidad Internacional Isabel I de Castilla Trabajo del estudiante	<1 %
21	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
22	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	www.comunicainfancia.cl Fuente de Internet	<1 %
25	www.omm.org.mx Fuente de Internet	<1 %
26	dolarmarket.net Fuente de Internet	<1 %
27	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
28	eprints.rclis.org Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.unid.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



30	unamglobal.unam.mx Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	<1 %
32	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
33	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	tesis.luz.edu.ve Fuente de Internet	<1 %
36	Submitted to Universidad Abierta para Adultos Trabajo del estudiante	<1 %
37	worldwidescience.org Fuente de Internet	<1 %
38	Submitted to Universidad Privada Antenor Orrego Trabajo del estudiante	<1 %



Excluir citas Activo
 Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 15 words