



Revista de Estilos de Aprendizaje / Journal of Learning Styles

ISSN: 1988-8996 / ISSN: 2332-8533

## Impacto político de la covid-19 en la red social Twitter como instrumento de desinformación

**Jaime Agustín Sanchez-Ortega**

Universidad de San Martín de Porres. Lima (Perú).

[jsanchezo1@usmp.pe](mailto:jsanchezo1@usmp.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-2916-7213>

**Hildebrando Iván Hidalgo-Romero**

Universidad de San Martín de Porres. Lima (Perú).

[ihidalgor@usmp.pe](mailto:ihidalgor@usmp.pe)

<https://orcid.org/0000-0001-6502-3738>

**Luis Alberto Núñez-Lira**

Universidad de San Martín de Porres. Lima (Perú).

[lnunezl@usmp.pe](mailto:lnunezl@usmp.pe)

<https://orcid.org/0000-0003-3542-9117>

Recibido: 15 de mayo de 2020 / Aceptado: 15 de septiembre de 2020

### Resumen

En la actualidad, los cambios sociopolíticos han sido acompañados (y a veces ocasionados) por los bulos publicados en las redes sociales, los cuales han aumentado por el estado de emergencia causado por el nuevo coronavirus, afectando la credibilidad de los gobiernos, bulos que al parecer generan falsas expectativas en la población. El objetivo de este estudio es analizar el impacto político de la COVID-19 en la red social Twitter, para lo cual recurrimos al uso de un enfoque cualitativo y de un enfoque cuantitativo de ese fenómeno. En ese sentido, se realizó una encuesta a una muestra de cuatrocientos participantes, al tiempo que se examinaron los contenidos sobre la COVID-19 difundidos por el Twitter, así como por diversos medios y noticieros de la región. Los resultados del análisis revelaron que las redes sociales influyen en la toma de decisiones de los gobiernos, y que, al constituirse no pocas veces en fuentes de desinformación, pueden actuar como instrumentos de manipulación de la población ante la pandemia.

**Palabras claves:** COVID-19; salud pública; comunicación; ética; Twitter

## **(en) The political impact of covid-19 on the social network Twitter as a disinformation tool**

### **Abstract**

Currently, socio-political changes have been accompanied (and sometimes caused) by hoaxes published on social networks. These hoaxes have increased due to the state of emergency caused by the New Coronavirus, affecting the credibility of governments, and at the same time, generating false expectations in the population. The objective of this study is to analyze the political impact of COVID-19 on social network Twitter. To do this, we used a qualitative approach and a quantitative approach to understand this phenomenon. In this sense, a survey was conducted in a sample of four hundred participants, and, at the same time, the contents about COVID-19 that had been on Twitter were examined, as well as the ones found on various media and news in the region. The results of the analysis revealed that social networks influence the decision-making of governments; and, as they are often considered as sources of disinformation, they could act as instruments for manipulating the population when dealing with the pandemic.

**Keywords:** COVID-19; public health; communication; ethics; Twitter

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Marco Teórico. 3. Metodología de la investigación. 4. Resultados y discusión. 5. Conclusiones. Referencias

### **1. Introducción**

El mundo está siendo azotado por la pandemia de un nuevo coronavirus -el SARS-CoV-2-, que ha generado una serie de complicaciones económicas, sociales, éticas y políticas a nivel mundial. El primer brote del nuevo virus respiratorio (SARS, del inglés *Severe Acute Respiratory Syndrome*) se produjo en la provincia de Wuhan (China) en diciembre de 2019 (Robyn, y otros, 2020), y fue revelado al mundo por la OMS en enero de 2020. Ante tal hecho, China realizó un sinnúmero de esfuerzos para detener la epidemia con medidas sanitarias (Deng & Peng, 2020).

Según Magallon, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha agregado un concepto a lo que se suele entender como información falsa: es aquella que es utilizada para hacer daño a un individuo, grupo social, organización o estado. La desinformación se basa en noticias o contenidos falsos con la finalidad de hacerlos parecer verdaderos y con fines negativos. Los contenidos son manipulados por medios tecnológicos a través de videos, audios e imágenes difundidos sobre todo mediante redes sociales. Para Humprecht, la desinformación no es solo un fenómeno impulsado por la tecnología, sino que también está conformado por los entornos nacionales de información. Por ejemplo, México es considerado como uno de los países que más fabrican noticias falsas, en particular en el contexto de diversas campañas electorales. Las noticias falsas (*fake news*) o bulos son conceptos relacionados con la mentira y la manipulación de la información. Entrañan también riesgos en la seguridad de los usuarios, que pueden ser manipulados por agentes externos. Las redes sociales son fuentes de comunicación que pueden ser referentes informativos y de debilidad ética del periodismo, lo que agrava sus efectos en una “comunidad posmoderna asentada sobre conceptos débiles” (Fernández-Montesinos, 2018).

Según Benaissa, las noticias falsas se originan por la relajación de la costumbre de contrastar las noticias de los medios impresos y digitales; esta falta de rigor ha llevado al nacimiento de la «dictadura del clic» (Évole, tomado de Benaissa, 2018: 545). Las noticias falsas o *fake news* no es un fenómeno nuevo. Durante la Segunda Guerra Mundial, el Ministerio del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda estableció una serie de estrategias de propaganda negra basada en el desprestigio, la falsedad y la desinformación con unos objetivos concretos, a saber, sabotear y confundir al enemigo. En la actualidad, los algoritmos de las redes sociales y los motores de búsquedas ayudan a través de las noticias a desorientar y desinformar a los usuarios (Arranz-Martínez, 2018).

*Factcheck.org* es un proyecto del Annenberg Public Policy Center de la Universidad de Pensilvania. Su objetivo es «aplicar las mejores prácticas de periodismo y la academia, y aumentar el

conocimiento público y la comprensión» (Magallón, 2019). Su finalidad es controlar el nivel de exactitud de situaciones provenientes de las afirmaciones de los principales actores políticos estadounidenses a través de comunicados de prensa, discursos, debates, entrevistas y anuncios televisivos.

La influencia de las redes sociales impactó en el Perú durante el 2016. Un caso que repercutió en la política se verificó en la región Cajamarca cuando en Twitter surgió la tendencia #Conga, producto de las propuestas de activación del proyecto minero por parte de los candidatos a la presidencia y que fue utilizado como canal de difusión de informaciones de todo tipo (Fariás, 2017). Como se sabe, es habitual recurrir a las expresiones *fact-check* y *fact-checking*, anglicismos frecuentes en las noticias en castellano, que fácilmente pueden traducirse como *verificación de noticias*. Los factores de usabilidad que se debe considerar son aquellos evaluados en las redes sociales, tales como Twitter, Facebook, YouTube e Instagram.

Por lo anterior, nuestro objetivo de investigación es identificar el impacto político de la COVID-19 en la red social Twitter como instrumento de desinformación en el Perú. Según Hernández y Mendoza, el propósito de la presente investigación es contribuir con matices en lo tocante a aspectos teóricos, sociales y metodológicos de este tema. La verificación de noticias está referida a la labor periodística que se supone consiste en confirmar y comprobar hechos y datos, sobre todo políticos, usados en los medios de comunicación y otras publicaciones.

## 2. Marco teórico

### 2.1. COVID-19 y sus impactos

Según Franco, la palabra *corona*, en la antigüedad clásica, era un anillo utilizado por los generales romanos, que luego fue usado por el emperador Constantino, momento en que se convirtió en símbolo de monarquía. La palabra *virus* viene del latín, que significa ‘veneno’ o ‘ponzoña’, concepto que luego se asoció con el pus. La estructura del coronavirus es circular y está rodeada de una corona (diadema) de proteínas que emplea el virus para entrar en las células del cuerpo humano. Por otro lado, los virus fungen de herramienta de trabajo para la liberación de fármacos, así como de técnicas de biología molecular para potenciales usos terapéuticos, entre otros (Lizarbe, 2009).

Según la OMS (2019), los coronavirus causan diferentes afecciones, desde un simple resfriado hasta enfermedades más graves, como ocurre con el coronavirus causante del Síndrome Respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV), y el que ocasiona el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS-CoV). También se señala que ellos pueden ser transmitidos a las personas a través de animales (transmisión zoonótica).

En esa línea, Davis compara y describe la trasmisión de la desinformación como un contagio social por medio de noticias falsas sobre la Covid-19. La OMS bautiza como *infodemia* a la propagación del virus de la desinformación a través de los medios de comunicación 2.0, y advierte que dicha propagación puede ser aún más rápida que un virus (Zarocostas, 2020). La infodemia es un fenómeno que puede llegar a niveles exponenciales de volumen de información relacionada con un tema en particular en tiempos cortos debida a un evento concreto, como hoy es el caso de la Covid-19.

Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la desinformación es una incorrecta información con la finalidad deliberada de engañar y que puede afectar la salud mental (estrés) de los individuos, con repercusiones sociales, políticas y económicas. Esta organización ha establecido que en los últimos treinta días se han registrado 550 millones de mensajes con los términos de coronavirus, covid19, covid-19 o pandemia, tanto en Twitter como en YouTube Google Scholar.

Por otro lado, Montero afirma que los bulos han sido creados con el propósito de dañar a la humanidad y han existido desde siempre. Esta irregular forma de comunicarse es muy antigua; ha logrado mayor resonancia desde que se popularizó el uso de las redes sociales y otras herramientas digitales. Hoy es tan amplio el alcance de las noticias falsas que, en muchas ocasiones, llegan a influenciar en las actividades políticas, económicas y sociales, lo que genera preocupación mundial. En la medida en que el coronavirus se propague, también aumentará la desinformación, aunque hay quienes prevén que la OMS se aliara con empresas tecnológicas para detener la propaganda engañosa (Ball, 2018).

La pandemia de la COVID-19 se presenta como el mayor problema de salud pública de la humanidad y se ha visto beneficiada por las políticas desatinadas de diversos gobernantes que no cesan de engañar, ocultar la verdad y desprestigiar por medio del Twitter en el ámbito político. En la presente investigación analizaremos los impactos políticos de algunos países en relación con la COVID-19: Estados Unidos, España, México, Brasil y Perú.

Según Enli, Twitter tiene un impacto significativo en las campañas presidenciales; es el caso de 2016 entre Donald Trump y la candidata demócrata Hillary Clinton. Las estrategias empleadas por Trump durante el proceso electoral influyeron de manera especial en los jóvenes de entonces, logrando la presidencia. Ahora el presidente Trump y la derecha republicana ostentan desacuerdos constantes y variados sobre el manejo de la COVID-19. Una muestra de ello ha sido la desinformación o la irresponsabilidad de Trump al haber recomendado una serie de medicamentos que de ninguna manera eran una solución al problema. Sobre ello, la prensa y otros medios especializados identificaron falsas campañas televisivas del gobierno. Fue el caso de la publicación especializada que Media Matters advirtió: Fox News estuvo alentando el uso de la hidroxiclороquina y la azitromicina mediante casi 150 transmisiones durante seis días. Esto ocurría a contracorriente del periodismo liberal —por lo general de mayor calidad y opuesto a Trump— que cubría con suspicacia no solo el trabajo de Vladimir Zelenko, doctor rural del estado de Nueva York que aseguraba tener la cura a la COVID-19, sino también el tratamiento mismo con HQL y AZT (Gorriti, 2020).

Según García, durante la campaña de Rajoy y Rubalcaba en las elecciones del 2011 en España, ambos se valieron mucho del Twitter para atender asuntos relacionados con la crisis económica y política del país. Sin embargo, el uso de ese medio por los candidatos casi no abordó temas como corrupción, inmigración, crisis política, entre otros temas candentes. Algo parecido está sucediendo hoy con el gobierno de Pedro Sánchez en que abundan las noticias falsas y no hay buenas políticas para atender a la población, que sufre de los estragos de la pandemia y que carecen la información necesaria para hacerle frente.

De otra parte, el presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador no considera las medidas de prevención dictadas por los organismos internacionales de salud y es preocupante la falta de un plan que permita enfrentar la pandemia en México. Las noticias falsas circulan en las redes sociales sin que el gobierno actúe con transparencia y establezca medidas que ayuden a superar la pandemia. Según la Dirección General de Comunicación Social, los bulos o noticias falsas están afectando seriamente el estado emocional y cognitivo del pueblo; en casos extremos, han generado cuadros de histeria colectiva entre la población. La falta de medidas preventivas en salud o empleo continúan afectando afectan aspectos políticos y económicos de todo país.

En lo que se refiere a Brasil, en 2018 la Organización de Estados Americanos (OEA) había denunciado la difusión de noticias falsas a través del Twitter fabricadas por el entonces candidato presidencial Jair Bolsonaro. Por ellas se instaba a empresarios del país a financiar una red ilícita encargada de crear masivamente noticias falsas y difamatorias en contra de Fernando Haddad, candidato del Partido de los Trabajadores (PT), en beneficio del candidato de ultraderecha Jair Bolsonaro, gran favorito en las encuestas. Con una campaña basada en comunicaciones mediante redes sociales y ausencias en debates televisivos, Bolsonaro fue respaldado desde el inicio de informaciones falsas, de difusión de mentiras camufladas como noticias, vídeos que intentaban desmentir publicaciones negativas de la prensa, mensajes de desconfianza hacia las encuestas y al sistema electoral, y hasta falsos apoyos de personajes famosos. Hoy, el nivel de corrupción de su gobierno es alto y las medidas desatinadas del presidente para enfrentar la COVID-19 han sido cuestionadas en todo el mundo, teniendo como modelos a países como EE. UU. y México, cuyas políticas públicas de salud son desastrosas. En la actualidad, Bolsonaro está enfrentando varias denuncias de la ONU y de la Corte Penal Internacional por su mala gestión ante la pandemia.

De otro lado, en el Perú, el gobierno de Martín Vizcarra está pasando por una serie de problemas en lo político debido a la deficiente gestión en salud pública traducida en el desabastecimiento de camas UCI, de equipos, así como en la falta de políticas de prevención en bioseguridad para el personal médico y policial. Por lo tanto, cuando el gobierno ofrece y no cumple, genera falsas expectativas, bulos e incertidumbre en la población. Como se decreta en el diario *El Peruano*, aquellos que fabriquen o difunden información falsa para obtener provecho o causen perjuicio a

terceros, de acuerdo con el Twitter del Ministerio de Justicia, sufrirían la pena sería entre dos a cuatro años de cárcel, y de hasta seis años si al difundir la noticia falsa el autor fomenta el pánico y perturba la tranquilidad pública. Como puede verse en este caso, los *fake news* o noticias falsas son una amenaza para el periodismo y para la democracia, ya que afectan o impactan al ciudadano promedio y al mismo gobierno a través de sus ministros, al congreso, así como a los presidentes regionales, alcaldes y demás funcionarios.

## 2.2. Las redes sociales: Twitter vs. Facebook

Conforme a un estudio del Centro de Informática de la Salud de la Universidad de Illinois, en la región de las Américas, desde marzo hasta la fecha, unos 550 millones de tuits mencionaron los términos pandemia, covid-19, COVID-19 y coronavirus.

**Tabla 1.**

*Tuits de la Covid-19 en la región*

Países de la región	% tuits
Estados Unidos	35%
Reino Unido	7%
Brasil	6%
España	5%
India	4%

Fuente. Organización Panamericana de Salud (2020). Hoja informativa No 5.

Por concepto de distribución, el 70% de todos los tuits fueron producidos por personas mayores de 35 años y con un 20% menores de 17 años. Las etiquetas relacionadas con la pandemia fueron #pandemia y #aplanarlacurva. (Tabla 1).

Según Campos-Domínguez, desde 2006 Twitter se ha convertido en un medio de comunicación política a través de las redes sociales y ha tenido un crecimiento importante en diversas campañas electorales a nivel local, nacional e internacional. Hoy, Twitter es objeto de muchos debates y de una variedad de emisores: políticos (Aharony, 2012), partidos (Adi, Erickson, & Lilleker, 2013), parlamentarios (Margaretten & Gaber, 2014; Larsson, 2015). Así mismo, para Cebrián Herreros, las redes sociales de comunicación, incluido Twitter, conforman la llamada Web 2.0, la cual difunde conocimientos (Cela & Fuentes, 2010). Como es evidente, las redes sociales en internet son un medio de masas que permiten compartir información, al tiempo que funcionan de herramienta de investigación y fuente de datos. De ahí que el público usuario de las redes sociales suele ser parte de la audiencia de los medios periodísticos en general (Flores, 2015).

Las tecnologías de la información y comunicación y las redes sociales han ido evolucionando a través de la Web 2.0, 3.0 y la red oblicua 4.0. En la presente investigación, analizaremos los impactos políticos de la COVID-19 y las redes sociales del Twitter por medio de los canales de noticias, tales como TVE España, France 24 y diversos noticieros de Perú, México, entre otros.

Según Izquierdo, Álvarez & Nuño, el caso de Facebook -fundado en 2003 por Mark Zuckerberg en la Universidad de Harvard- tuvo como objetivo inicial la creación de una red para conectar estudiantes universitarios, y el del Twitter, en 2005, era establecer una red social de *microblogging*. Ambas han evolucionado hacia planteamientos e iniciativas novedosos que las han convertido en plataformas de distribución de contenidos, permitiendo comunicar y divulgar contenidos con finalidades específicas y atendiendo a los usuarios en gustos e intereses a través de la internet. Ambas herramientas son utilizadas hoy en día como medios de noticias falsas fraguadas por usuarios y gobernantes sin escrúpulos. Sin embargo, ahora ambas empresas, Facebook y Twitter, al parecer colaborarán con la OMS para que

el primer resultado de búsqueda del coronavirus sea información oficial. Por lo tanto, Facebook eliminará toda información falsa en su seno, de lo contrario sembrará confusión en el campo del coronavirus. De otro lado, se supone que YouTube, propiedad de Google, dará prioridad a videos colgados en fuentes de información real (CNN en Español, 2020). «La intención es hacer que sea más fácil encontrar noticias de calidad (...), ayudar al periodismo a prosperar en la era digital (...), hacer que las fuentes autorizadas sean realmente accesibles», afirmó la compañía por medio de un comunicado emitido en su portal oficial.

Además, YouTube no será el único portal que se sumará a la reorganización e identificación de las noticias. Empresas como Google también invirtieron un total de trescientos millones de dólares para integrar la herramienta a su plataforma. Por su parte, el presidente ejecutivo de la empresa Google, Eric Schmidt, afirmó que se trata de una técnica que se viene desarrollando desde 2017 para priorizar la información veraz de la propaganda. Sin embargo, ninguna de las dos plataformas ha explicado cuáles serán las herramientas o los criterios que se tomarán en cuenta para determinar si un hecho noticioso es real, o cuándo una noticia es engañosa, sensacionalista o verdadera.

### 3. Metodología de la investigación

La investigación de enfoque mixto implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema con diseños de integración (Hernández & Mendoza, 2018).

Desde el enfoque cualitativo o naturalista, el estudio de casos es el que permite analizar el impacto generado por las noticias falsas relacionado con la COVID-19, y triangulado con el análisis documental en el uso de la red social Twitter (Ñaupas-Paitán, Mejía-Mejía, Novoa-Ramírez, & Villagómez-Páucar, 2014). También han sido empleadas las entrevistas a profundidad dadas por los diferentes especialistas involucrados con miras a contrarrestar los efectos de la pandemia, como por especialistas en gestión de salud pública y comunicadores a fin de medir los impactos en la sociedad (Hernández & Mendoza, 2018).

Además, el componente cuantitativo ha sido estructurado con datos recogidos de la percepción de la población en torno a las noticias falsas emitidas mediante noticieros referidos por el Twitter (Vargas, 2011). El análisis cuantitativo es el producto del recojo de información sobre la percepción de una muestra representativa aleatoria estratificada (400 pobladores mayores de 18 años) a través de una encuesta en Lima Metropolitana. Para el enfoque cuantitativo, se diseñó una matriz operacional (Tabla 2) y una matriz categorial (Tabla 3).

**Tabla 2.**

*Matriz de operacionalización de la variable*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
• Dinámica política interna de salud de la COVID-19	• Estructura y procesos orgánicos: administración y capacidad de movilización de recursos de salud pública de la COVID-19	1. ¿Está de acuerdo con las decisiones tomadas por el gobierno en torno a las políticas para enfrentar a la pandemia de la COVID-19?	Escala ordinal  1. Totalmente en desacuerdo 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
	• Entorno legal y reglamentario: impuestos y políticas de salud	2. ¿Usted ha acatado las disposiciones otorgadas por el gobierno?	
	• Provisión de recursos: financieros, materiales y humanos	3. ¿A 50 días de cuarentena, confía en que se podrá aislar el nuevo coronavirus?	
	• Falsos compromisos de elecciones presidenciales,	4. Desde el inicio de la pandemia, ¿considera que el estado ha brindado recursos financieros suficientes para poder afrontarla?	
		5. ¿Considera que ha brindado los materiales necesarios?	
		6. ¿Considera suficiente los recursos humanos brindados para afrontar la pandemia?	
		7. ¿Ha considerado a la población en la toma de decisiones o solo ha actuado como un estado paternalista?	

congresales y gobiernos regionales.

8. ¿Está de acuerdo con los bonos otorgados a la población vulnerable?

9. ¿Está de acuerdo con el inicio de las actividades económicas a pesar del incremento de los contagiados por la COVID-19?

10. ¿Se debe terminar con la cuarentena y realizar todas las actividades económicas en forma normal?

11. ¿Usted considera que las noticias falsas a través de las redes sociales afectan en la decisión de los electores?

12. ¿Está de acuerdo con que las redes sociales influyen en la toma de decisiones del gobierno?

13. ¿Considera la red social Twitter una herramienta de comunicación en la política de salud frente a la COVID-19?

14. ¿Cuál es la plataforma por la cual se entera en primera instancia sobre la COVID-19?  
(Instagram, Facebook, Twitter, otros)

Elaboración propia (2020)

**Tabla 3**  
*Matriz categorial impacto político*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Dinámica política interna de salud de la COVID-19	Estructura y procesos orgánicos: administración y capacidad de movilización de recursos de salud pública de la COVID-19	1. ¿Está de acuerdo con las decisiones tomadas por el gobierno en torno a las políticas para enfrentar a la pandemia de la COVID-19? 2. ¿Usted ha acatado las disposiciones otorgadas por el gobierno? 3. ¿A 50 días de cuarentena, confía en que se podrá aislar el nuevo coronavirus? 4. Desde el inicio de la pandemia, ¿considera que el estado ha brindado recursos financieros suficientes para poder afrontarla?	Escala ordinal  6. Totalmente en desacuerdo 7. De acuerdo 8. Ni de acuerdo ni desacuerdo 9. De acuerdo 10. Totalmente de acuerdo
	Entorno legal y reglamentario: impuestos y políticas de salud.	5. ¿Considera que ha brindado los materiales necesarios? 6. ¿Considera suficiente los recursos humanos brindados para afrontar la pandemia? 7. ¿Ha considerado a la población en la toma de decisiones o solo ha actuado como un estado paternalista?	
	Provisión de recursos: financieros, materiales humanos.	8. ¿Está de acuerdo con los bonos otorgados a la población vulnerable? 9. ¿Está de acuerdo con el inicio de las actividades económicas a pesar del incremento de los contagiados por la COVID-19? 10. ¿Se debe terminar con la cuarentena y realizar todas las actividades económicas en forma normal?	
	Falsos compromisos de elecciones presidenciales, congresales y gobiernos regionales.	11. ¿Usted considera que las noticias falsas a través de las redes sociales afectan en la decisión de los electores? 12. ¿Está de acuerdo con que las redes sociales influyen en la toma de decisiones del gobierno? 13. ¿Considera la red social Twitter una herramienta de comunicación en la política de salud frente a la COVID-19? 14. ¿Cuál es la plataforma por la cual se entera en primera instancia sobre la COVID-19? (Instagram, Facebook, Twitter, otros)	

#### 4. Resultados y discusión

Para la opinión pública, en lo que atañe a los diversos procesos, a la estructura de la administración y a su capacidad de movilización de recursos para afrontar la COVID-19, (Tabla 4) el 45,0% estuvo de acuerdo con la movilización financiera, el 38,9% de los medios y materiales y el 20,4% con la movilización del talento humano, siendo un porcentaje mayoritario el desacuerdo de esta política emprendida por el Estado. A seis meses ya de emprendida la cuarentena, los resultados no demuestran que la estrategia haya dado los resultados esperados, no obstante que el Estado ha puesto en juego todos sus recursos para enfrentar la pandemia (Fig. 1).

**Tabla 4.**

*Movilización de recursos*

	Recursos financieros	Medios y materiales	Talento humano
De acuerdo	45.0	38.9	20.4
Desacuerdo	38.8	58.2	73.8
No sabe	11.7	11.7	5.8
Total	100.0	100.0	100.0%

Elaboración propia (2020)

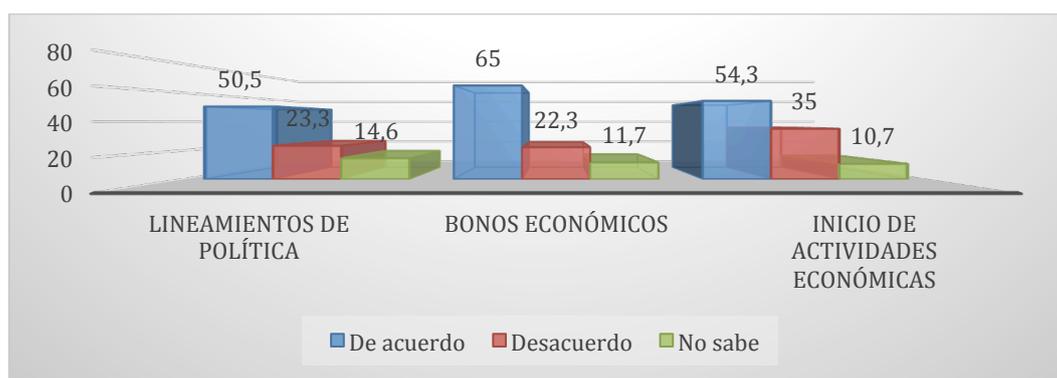


Figura 1. Basado en los resultados de movilización de recursos

Para el experto Raúl Valdiviezo, funcionario del sector salud, manifestó que las políticas no han ido de la mano de los procesos administrativos, porque estos han sido insuficientes para contener la pandemia. Pese a que ello ha sido una regla general en la mayoría de los países, es evidente que los sistemas administrativos no cuentan con la suficiente agilidad para integrar todos sus procesos. En la misma línea, para el experto Oruna, estas decisiones han empezado con retraso, como es el caso de las compras tardías de pruebas moleculares. Las medidas adoptadas han sido sobrepasadas por la realidad. Por tal motivo, lo que se está logrando es solo reducir en parte el contagio, mientras la situación económica sigue siendo crítica.

Con referencia (Tabla 5) las diversas políticas implementadas por el Estado, el 50,5% estuvo de acuerdo, destacándose entre ellas el confinamiento y el aislamiento social; el 65,0% con el otorgamiento de los bonos económicos a los sectores pobres de la población, y el 54,3% con el inicio de las actividades económicas, después de meses de confinamiento (Fig. 2).

**Tabla 5**  
*Políticas de Estado*

	Lineamientos de política	Bonos económicos	Inicio de actividades económicas
De acuerdo	50.5	65.0	54.3
Desacuerdo	23.3	22.3	35.0
No sabe	14.6	11.7	10.7
Total	100.0	100.0	100.0%

Elaboración propia (2020)

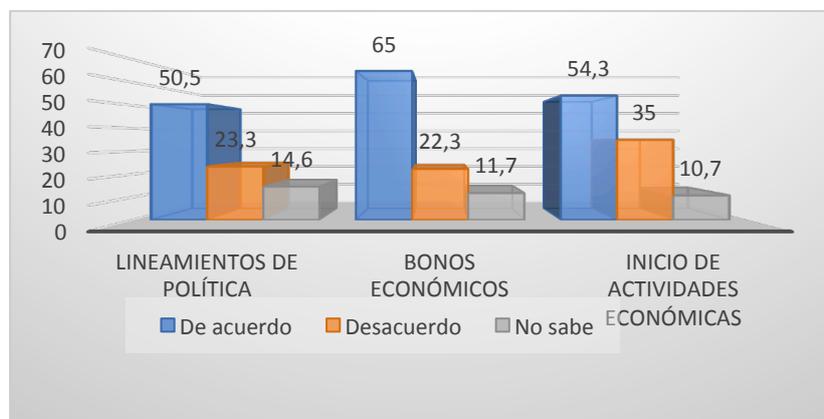


Figura 2. Relación de las políticas del estado en el Perú. Elaboración propia (2020).

Valdiviezo afirma que el gobierno ha tratado de aplicar un modelo tipo keynesiano para encontrar un nivel de equilibrio en el mercado, como consecuencia de la aplicación de las medidas sanitarias públicas con miras a contener la pandemia. Dichas medidas han interrumpido la producción y han ralentizado la dinámica de los mercados de bienes y servicios en nuestro país. Los sistemas de salud pública han estado siempre desconectados, puesto que el modelo de asignación de recursos por décadas de gestión en diferentes gobiernos no ha logrado incrementar la capacidad tecnológica, el capital humano y la inversión en el sector sanitario público.

Todos los gobiernos del mundo se han encontrado en un gran dilema: priorizar un modelo de salud que salve vidas del ataque de la COVID-19 o bien solucionar la crisis de la economía que conlleva a un caos social. Obviamente, no se ha tenido la capacidad de resolver la crisis sanitaria porque el modelo de asignación de recursos financieros tiene presupuestos macroeconómicos que solo comprenden ciertos niveles de la estructura social, y no contempla aspectos culturales muy arraigados como la informalidad o la limitada información que impide disponer de recursos materiales y financieros. Asimismo, desde hace mucho se sabe de la carencia estructural de recursos humanos asistenciales en todo el país, un factor que agrava la crisis sanitaria, lo que se traduce en el mayor número de fallecidos y en el encarecimiento de los servicios de salud.

En relación a las diversas políticas estatales asociadas al uso de las redes sociales, los resultados descriptivos de la investigación nos indican que solo el 22,3 % emplea la red social Twitter, mientras que el 73,8 % utiliza el Facebook y un grupo minoritario, el 3,9 %, usa Instagram. Sin embargo, se debe considerar que muchos de los reportes de Twitter son reproducidos no solo por el Facebook, sino también por espacios noticiosos de radio y televisión, de ahí que se le considere como la red más empleada por los sectores gubernamentales y políticos en diversos países de Latinoamérica.

En opinión de Farías, las redes sociales han tenido gran influencia en la política peruana; sin embargo, gran parte de la población no ha estado de acuerdo con las decisiones gubernamentales, pues ha considerado que muchas de sus políticas comunicaron connotaciones falsas, como lo ha afirmado Magallón.

El 51 % de la población estudiada opina que dichas políticas se ven fuertemente influenciadas por las redes sociales, tenidas como fuentes de opinión pertinentes (Twitter, Facebook), confirmando lo suscrito por la UNESCO, a saber, ellas son fuentes de desinformación o información falsa con la finalidad de manipular a la población. Al subvencionarlas, es fácil por ejemplo masificar rumores en campañas electorales mediante memes y noticias falsas o ambiguas, todo lo que posibilitará una tendencia deseada. Esto mismo funciona para situaciones inciertas como la actual pandemia.

Asimismo, un grupo mayoritario no cree en que las políticas públicas logran vencer a la COVID-19 (79,25 %), si bien considera que el estado ha brindado los recursos financieros suficientes para hacerle frente (48,7 %), con la salvedad de que no ha cubierto algunos aspectos materiales (30,1 %) y humanos (20,4 %).

Esto es corroborado por el economista William Flores cuando afirma que no se ha podido apreciar el positivo y creciente uso de recursos, tal como lamentablemente se vio hace pocas semanas en Iquitos y Lambayeque. Por su parte, Oruna (2020) afirma que hasta el momento no se ha podido manejar con solvencia el problema.

De otro lado, Ball considera que la propagación de noticias falsas influye en la toma de decisiones del gobierno, que pocas veces acierta. Para los expertos dicha desinformación ha contribuido a la falta de equipos, personal médico y de seguridad, así como a la dificultad para calcular la persistencia de la pandemia y de sus enormes y onerosas consecuencias en lo económico, político y social. Asimismo, para Davis y Zarocostas, la infodemia genera desinformación y repercute en la verdad de la información en las redes sociales. La OPS advierte que la desinformación afecta el estado emocional de las personas, generando angustia y estrés relacionadas con noticias sobre la COVID-19. De esto hay muchos ejemplos, como se puede constatar de las equivocadas decisiones que en un inicio se tomaron en España y Estados Unidos.

La desconfianza de la población se debe en parte a que ella no ha participado o no ha sido consultada en la toma de decisiones, aunque ha visto con buenos ojos los bonos estatales que se le ha otorgado, si bien de manera deficiente e insuficiente. Este panorama, sin embargo, se ennegrece si está acompañado, como ha sucedido, de falsas promesas, semiverdades o falsas noticias. Es claro que estas afectan el estado de ánimo, emocional y cognitivo de las personas, así como el desarrollo integral de nuestra sociedad donde prima el desempleo y el subempleo, carece de recursos en vivienda y salud y de estímulos para empoderar en todo sentido a su gente. Por cierto, es deseable que la crisis inédita en la que todos estamos inmersos encuentre un desenlace tolerable y que en lugar de caos y violencia se instituya el orden y la paz que tanto necesitamos.

## 5. Conclusiones

El impacto generado por la movilización de los diversos recursos empleados por el estado peruano, a pesar de la disconformidad de la mayoría de la población, ha sido negativo: crecimiento exponencial del número de infectados (más de medio millón de peruanos), aumento de fallecidos en más de treinta mil, caída de la economía nacional estimada en más de doce puntos, aumento del desempleo y de la pobreza en el país.

Con referencia a la política de impuestos, otorgamiento de bonos económicos y reactivación económica, estos no han dado los resultados previstos, en vista de que los bonos no llegaron bien a la población vulnerable. Además, la exoneración de impuestos a las grandes empresas ha dejado de lado a la pequeña y mediana empresa que en su mayoría han quebrado. Es claro que el Plan Reactiva ha favorecido solo a las primeras, algunas de ellas no necesariamente productivas.

Las redes sociales, sobre todo Twitter, han influido notablemente en la toma de decisiones, especialmente la de los grandes grupos económicos, al tiempo que han sido utilizadas para la manipulación de la población en el marco de la pandemia.

## Referencias

- Adi, A., Erickson, K., & Lilleker, D. G. (2013). Elite Tweets: Analyzing the Twitter Communication Patterns of Labour Party Peers in the House of Lords. Wiley Online Library, 6(1). Recuperado de: <https://doi.org/10.1002/1944-2866.POI350>
- Aharony, N. (2012). Twitter use by three political leaders: an exploratory analysis. Online information review, 36(4), 587-603. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/14684521211254086>
- Andina: Agencia Peruana de Noticias. (2020, abril 8). Coronavirus: cárcel hasta por 6 años para quien difunda noticias falsas. Andina: Agencia Peruana de Noticias. Lima. Tratto il giorno agosto 20, 2020. Recuperado de: <https://cutt.ly/0fljzF6>
- Arranz-Martínez, R. (2018). La creación de imaginarios. bie3: Boletín IEEE, 2018(10), 348-360. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6555512.pdf>
- Ball, P. (2018, marzo 14). Las noticias falsas se propagan más y más rápido que las verdaderas. Retrieved agost 20, 2020. Recuperado de: <https://cutt.ly/TfljRCK>
- Benaissa-Pedriza, S. (2018). De la comunicación institucional a las fake news. Miguel Hernández Communication Journal, 9(2), 543-543. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.266>
- Benites, A. (2018, octubre 3). La máquina de las ‘fake news’ trabaja a favor de Bolsonaro en Brasil. El País. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado de: <https://cutt.ly/hfljYm1>
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política”. El profesional de la información, v. , n. 5, pp. El profesional de la información, 26(5). Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- Cebrián-Herreros, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. Estudios sobre el mensaje periodístico, 14, 345-361. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado de: <https://cutt.ly/RfljlvR>
- Cela-Rosero, K. L., & Fuentes, W. (2010). Evaluación de herramientas web 2.0, estilos de aprendizaje y su aplicación en el ámbito educativo. Revista Estilos de Aprendizaje, 3(5), 117-134. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado de: <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/906/1601>
- CNN en Español. (2020, marzo 9). Así es como las redes sociales como Facebook combaten las ‘fake news’ del coronavirus. CNN en Español. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado de: <https://cutt.ly/wflj8ID>
- Davis, J. P. (2020). Phase transitions in information spreading on structured populations. Nat. Phys. Nature Physics, 16(590–596). Recuperado de: <https://doi.org/10.1038/s41567-020-0810-3>
- Deng, S., & Peng, H.-J. (2020). Characteristics of and Publi Health Responses to the Coronavirus Disease 2019 Outbreak in China. Journal of Clinical Medicine, 9(2), 575. Recuperado de: <https://doi:10.3390/jcm9020575>
- Diario El Peruano. (2020, 04 08). Coronavirus: cárcel hasta por 6 años para quien difunda noticias falsas. Diario El Peruano. Recuperado en: <https://cutt.ly/yflj5X3>
- Dirección General de Comunicación Social. (2020, abril 9). Además de pandemia por COVID-19, México enfrente propagación de noticias falsas. Boletín UNAM-DGCS(318). México D. F. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado en: <https://cutt.ly/HflkelZ>
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and. European journal of communication, 32(1), 50-61. Recuperado en: <https://doi.org/10.1177/0267323116682802>
- Fariás-Alvarado, M. C. (2017). Twitter como vía para mediar los conflictos sociales: análisis del caso #Conga, Perú (tesis de licenciatura en Comunicación). Piura: Universidad de Piura.
- Fernández-Montesinos, F. (2018, junio 13). Algunas reflexiones sobre la posverdad desde la perspectiva de la seguridad. bie3: Boletín IEEE, 2018(10), 234-247. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado en: <https://cutt.ly/xflktAq>
- Flores-Vivar, J. M. (2015). Contextualización, usos empíricos y etnografía de las redes sociales en el ciberperiodismo. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 21(especial diciembre del 2015), 81-95.
- Franco, O. (2020, abril 15). ¿Cuántos tipos de coronavirus existen y en qué se diferencian? Covid-19: Consulta con el Médico. (F. 24, Interviewer) Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado en: <https://cutt.ly/Sflks73>

- García, C. &. (2014). La campaña virtual en Twitter: análisis de las cuentas de Rajoy y de Rubalcaba en las elecciones generales de 2011. *Historia Y Comunicación Social*, 19, 299-311. Recuperado en: [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.45029](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45029)
- Gorriti, G. (2020, abril 18). La tableta secuestrada: una vieja pastilla con nueva promesa, capturada por la política. IDL Reporteros. Recuperado en: <https://cutt.ly/Hflkf4l>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México D. F.: McGraw-Hill Education.
- Hispan TV Nexo Latino. (2020, abril 26). Denuncian a Bolsonaro ante ONU por “potencial genocidio” pandémico. Hispan TV Nexo Latino. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado en: <https://cutt.ly/nflkjad>
- Humprecht, E. (2018). Where ‘fake news’ flourishes: a comparison across four Western democracies, *Information. Communication & Society*, 22(13), 1973-1988. Recuperado en: <https://doi:10.1080/1369118X.2018.1474241>
- Izquierdo, V., Álvarez, P., & Nuño, A. (2017). Comunicación y divulgación de contenidos artísticos a través de las redes sociales: Facebook y Twitter. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1161-1178. Recuperado en: <https://doi.org/10.5209/ESMP.58038>
- Larsson, A.-O. (2015). The EU Parliament on Twitter Assessing the permanent online practices of parliamentarians. *Journal of information technology and politics*, 12(2), 149-166. Recuperado en: <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.994158>
- Lizarbe-Iracheta, M. A. (2009). Bacterias y virus ¿cómo nos defendemos? *Revista de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 103(1), 115-172. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado en: <https://cutt.ly/nflkjad>
- Magallón, R. (2019). Verificado México 2018. Desinformación y fact-checking en campaña electoral. *Revista de Comunicación*, 18(1), 234-258. Recuperado en: <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>
- Margaretten, M., & Gaber, I. (2014). The crisis in public communication and the pursuit of authenticity: An analysis. *Parliamentary affairs*, 67(2), 328-350. Recuperado en: <https://doi.org/10.1093/pa/gss043>
- Montero-Reyes, R. (2020, abril 14). ¿Cuánta mentira estamos contando y por qué? *El Peruano.pe*. Retrieved agosto 20, 2020. Recuperado en: <https://cutt.ly/DflkblQ>
- Ñaupas-Paitán, H., Mejía-Mejía, E., Novoa-Ramírez, E., & Villagómez-Páucar, A. (2014). *Metodología de la investigación* (4.ª ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Organización Panamericana de la Salud. (2020). Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19. Recuperado en: <https://cutt.ly/KflkW73>
- Robyn, R., Lew, J., Zeng, T., Francis, M., Xue, B., Roux, M., . . . Kelvin, A. A. (2020, enero). 2019-nCoV (Wuhan virus), a novel Coronavirus: Human-to-Human. *The Journal of Infection in Developing Countries*, 14(1), 3-18. Recuperado en: <https://doi:10.3855/jidc.12425>
- Vargas, X. (2011). *¿Cómo hacer investigación cualitativa?* México D. F.: Etxeta.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *Lancet*. Recuperado en: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)

### **Financiación.**

El presente artículo no cuenta con financiación específica para su desarrollo o publicación.

### **Agradecimientos**

Los autores agradecen a los expertos que revisaron el manuscrito, por sus generosas contribuciones a la mejora de la calidad del mismo.

### **Conflicto de interés**

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative