

Credibilidad, veracidad e importancia de las fuentes de información sobre COVID-19 en estudiantes universitarios

Credibility, veracity and importance of information sources about COVID-19 in university students

Guido Torres-Orihuela y Gilber Chura-Quispe

Recibido 19 junio 2022 / Enviado para modificación 22 junio 2023 / Aceptado 28 julio 2023

RESUMEN

Introducción El combate contra la COVID-19 inicia con la reflexión generada por el conocimiento situacional. Por ello, resulta necesario que los medios de comunicación garanticen credibilidad, verdad e importancia en la información que entregan a la población.

Objetivos Establecer la correlación entre credibilidad, verdad e importancia de las fuentes de información sobre la COVID-19; determinar las fuentes de mayor confianza y compararlas de acuerdo con el sexo.

Métodos Se realizó un estudio con enfoque cuantitativo, con diseño ex post facto correlacional. El muestreo fue no probabilístico y estuvo constituido por 464 estudiantes universitarios de Arequipa. El cuestionario empleado fue de escala Likert, con nueve dimensiones, índices de confiabilidad adecuados (α y $\Omega > 0,65$) y constructo pertinente ($KMO > 0,50$, $p < 0,05$). Se emplearon estadísticos no paramétricos ($KS = p < 0,05$).

Resultados Los resultados evidenciaron que existe una correlación positiva, significativa, alta y con bajo error beta [$p < 0,05$; $Sp > 0,70$; $1-\beta > 0,80$] entre credibilidad-veracidad, importancia-credibilidad y veracidad-importancia. El 67,2% otorga alta confiabilidad a sitios del Ministerio de Salud, y más del 60% confía, entre nivel alto y promedio, en medios tradicionales o personas cercanas. Las mujeres confían más que los hombres ($p < 0,05$) en la televisión, Facebook e Instagram.

Conclusiones Existen correlaciones significativas, positivas, altas y con potencias estadísticas convencionales entre credibilidad, veracidad e importancia. El Ministerio de Salud es el medio de mayor confiabilidad, le siguen los medios tradicionales y las personas cercanas. Las mujeres otorgan mayor confianza informativa a Facebook, Instagram y televisión, en comparación con los hombres.

Palabras Clave: Acceso a la información; COVID-19; confianza; información falsa (fuente: DeCS, BIREME).

ABSTRACT

Introduction The fight against COVID-19 begins with the reflection generated by situational awareness, which is why it is necessary for the media to guarantee informational confidence to the population.

Objectives To establish the correlation between credibility, truth and importance of sources of information on COVID-19; to determine the most trusted sources and to compare them according to gender.

Methods A quantitative study was conducted with an ex post facto correlational design. The sample was non-probabilistic and consisted of 464 university students from Arequipa. The questionnaire used was a Likert scale with nine dimensions, adequate reliability indices (α and $\Omega > 0.65$) and relevant construct ($KMO > 0.50$, $p < 0.05$). Non-parametric statistics were used ($KS = p < 0.05$).

Results The results showed that there is a positive, significant, high correlation with low beta error [$p < 0.05$; $Sp > 0.70$; $1-\beta > 0.80$] between credibility-trustworthiness,

GT: Lic. Literatura y Lingüística.
Ph. D. Ciencias Sociales. Docente.
Universidad Nacional de San Agustín.
Arequipa, Perú.

htorreso@unsa.edu.pe

GC: Lic. Educación. Esp. Lengua, Literatura y Comunicación Intercultural.

Ph. D. Ciencias de la Educación. Escuela de Posgrado Newman. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman. Tacna, Perú.
gilber.chura@epnewman.edu.pe



DOI: <https://doi.org/10.15446/rsap.V25n5.100247>

importance-credibility and trustworthiness-importance. 67.2% place high trust in Ministry of Health sites, and more than 60% place high to average trust in traditional media or people close to them. Women trust television, Facebook and Instagram more than men ($p<0.05$).

Conclusions There are significant, positive, high correlations with conventional statistical power between credibility, trustworthiness and importance. The Ministry of Health is the most trusted medium, followed by traditional media and people close to them. Women place greater trust in Facebook, Instagram and television compared to men.

Key Words: Access to information; COVID-19; trustworthiness; fake news (source: MeSH, NLM).

La pandemia de la COVID-19 ha afectado a los países a nivel global, pero más gravemente a los que están en vías de desarrollo; estos, a pesar de sus esfuerzos para combatir la emergencia sanitaria, presentan bajos recursos económicos, instalaciones hospitalarias en precariedad y escaso personal médico y asistencial. Parte de la población no cumple las medidas sanitarias, bien por ignorancia, bien por rebeldía, o bien por otras causas no plausibles. Estas circunstancias hicieron detonar los niveles de contagio de la COVID-19 y, en consecuencia, colapsaron los servicios hospitalarios.

No solo el Estado tiene que combatir la pandemia para evitar que la gente se enferme y, en los casos graves, pierda la vida. En esta situación crítica, la información desde todas las fuentes y todas sus formas desempeña un papel importante: los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y prensa escrita), las redes sociales, la comunicación institucional (ministerios, en especial el de Salud, la empresa privada, entre otros) emitieron mensajes o información que daba cuenta de la letalidad del virus y las formas de evitar el contagio. Todas las fuentes mencionadas siguen teniendo un papel importante en informar a la población. Como sostienen algunos investigadores, la prensa escrita está cumpliendo un rol importante al informar sobre la COVID-19 desde su origen, por lo que podría ofrecer un apoyo efectivo (1); pero no solo la prensa escrita, sino muchos medios han contribuido a educar a la población. La pandemia es uno de los mayores retos sanitarios en el siglo XXI, por la velocidad de contagio y la alta tasa de mortalidad.

Los estudios sobre la COVID-19 se han multiplicado en todas las latitudes desde perspectivas disciplinarias diferentes y líneas de investigación que abarcan todas las áreas de las ciencias. Las investigaciones sobre la información en tiempos de pandemia coinciden en que la información sanitaria es crucial para combatir la pandemia, pues mantiene informados a los pobladores sobre las formas de protección contra el nuevo coronavirus (1-7), sin embargo, los Estados y la población deben luchar contra las noticias falsas (fake news), que desempeñan un papel negativo de desinformación, lo que hace que las personas se formen ideas equivocadas sobre el tratamiento contra la COVID-19, las medidas sanitarias y la aplicación de las vacunas.

En la línea de conocimiento sobre la COVID-19, Yue et al. (2) informan que en China el nivel de conocimiento sobre la COVID-19 fue significativamente diferente entre grupos, de acuerdo con algunas variables como: grupo etario, género, capital educativo y estado civil, por lo cual recomiendan mejorar los programas educativos para la población. En efecto, algunas variables, como las mensuradas por estos investigadores, influyen en la comprensión del mensaje, por lo que es de suponerse que las personas con bajo capital educativo no le presten atención a la información de fuentes confiables y prefieran las redes sociales. En otra investigación, realizada también en China, sobre búsqueda y evitación de información de riesgos, se llega a la conclusión de que la búsqueda de información se correlaciona con normas subjetivas de información (ISN) y control de búsqueda percibida (PSC); de otro lado, los principales predictores de la evitación de información incluyen ISN y la actitud hacia la búsqueda (2).

Otra investigación en Australia concluye que la mensajería pública sobre las normas sanitarias para prevenir la transmisión parece haber sido eficaz. No obstante, un segmento de la población podría no respetar las normas sanitarias más adelante. Por tanto, se requiere producir mensajes de salud pública que concienticen a ese segmento para mejorar la cooperación futura (8). Los resultados sugieren que, aun cuando los mensajes públicos claros sobre los dos comportamientos de prevención clave basados en la evidencia (higiene de manos y distanciamiento físico) se entienden ampliamente, todavía existen importantes lagunas de conocimiento sobre cómo se previene y transmite la enfermedad y sus síntomas (8).

López (4) reporta un alto nivel de conocimiento, actitudes optimistas y prácticas adecuadas sobre la COVID-19 durante el brote inicial de la enfermedad en República Dominicana, sin embargo, a diferencia de otros países, una proporción significativa de los participantes no confía en el Estado para su control. La pérdida de credibilidad del Estado puede tener razones políticas o mala gestión. En Egipto se llevó a cabo una investigación para evaluar los conocimientos, las percepciones y la actitud, en la que se concluye que los participantes tenían un buen conocimiento de la enfermedad y una actitud positiva hacia las medidas de protección, y se correlaciona el conocimiento con los nuevos medios de comunicación (5).

En Perú, se declaró estado de emergencia nacional y cuarentena obligatoria, lo que suspendió algunos derechos constitucionales como la libertad o la movilización social (9,10). La coyuntura generó un mayor interés de la población por conocer las últimas noticias respecto a la pandemia, y los medios más empleados fueron las redes sociales, la radio, la televisión y los periódicos/diarios (11). A mediados del 2021, el número de casos alcanzó los 2040186 (12). Asimismo, la atención de la población se ha distribuido entre los casos de COVID-19, fallecidos y la distribución de los 48 millones de vacunas adquiridas por el Estado (13), pero la confianza en torno a la información encontrada por la población es cada vez más cuestionada y puesta en duda.

Así, entonces, la presente investigación tiene como objetivos establecer la correlación entre credibilidad, verdad e importancia de las fuentes de información sobre la COVID-19, determinar el nivel de credibilidad, veracidad e importancia de las fuentes de información para los estudiantes, y comparar la credibilidad, la veracidad y la importancia de las fuentes, de acuerdo con el sexo.

MÉTODO

El estudio siguió un enfoque cuantitativo con diseño ex post facto correlacional, pues se midió la influencia de las fuentes de información sobre la COVID-19 en relación con la credibilidad, la verdad y la importancia.

Para conformar la muestra se recurrió al muestreo no probabilístico intencionado, que incluyó a 464 estudiantes universitarios. El 39,44% fueron hombres (183) y el 60,56 % mujeres (281). La edad promedio fue de 20,97 (DE: $\pm 2,954$) años, y los estudios pertenecían a primero, segundo y tercer ciclo. Todos ellos firmaron un consentimiento informado, validado por el Comité de Ética de la casa superior de estudios.

El instrumento empleado para la recolección de datos fue un cuestionario de tipo Likert, de uno a cinco puntos. Los 93 ítems se distribuyeron en nueve dimensiones: información, medios de comunicación, información en redes sociales, dispositivos de información, comunicación interpersonal, comunicación y redes, credibilidad, veracidad e importancia. Inicialmente, se hizo la verificación de los índices de supuestos previos con KMO ($> 0,849$) y la prueba de esfericidad de Bartlett ($p = 0,000$). Luego, mediante la rotación de Varimax y con el método de mínimos cuadrados no ponderados, se evidenciaron 26 factores que explicaban el 69,284% de la varianza total, los cuales se procedió a corregir y eliminar, debido a la consistencia interna baja, la cantidad de reactivos inferior a cuatro o las cargas factoriales inferiores a 0,50. Los índices de ajuste como CMIN, GFI, CFI, TLI, IFI, SRMR y RMSEA fueron adecuados y las cargas factoriales oscilaron

entre 0,5 y 0,85. La consistencia interna del instrumento se midió a partir de dos coeficientes, el alfa de Cronbach y el omega de McDonald, para cada una de las dimensiones. La valoración de la fiabilidad de las variables CRE, VER, IMP y AC fue buena, porque superó el 0,80 [$\alpha = > 0,80$ y $< 0,85$; $\Omega = > 0,80$ y $< 0,85$], en tanto que la de IMC, IRS, CI y CR fue débil y aceptable, habida cuenta que superó el 0,60 [$\alpha = > 0,65$ y $< 0,70$; $\Omega = > 0,65$ y $< 0,75$]. La decisión final fue que el instrumento presentaba confiabilidad. La información se recolectó durante los meses de septiembre y octubre del año 2020, mediante la plataforma virtual Google Forms.

RESULTADOS

Los niveles de credibilidad, veracidad e importancia que brindan los SMS se encuentran en nivel alto (67,21%). Otras fuentes de información vinculadas con los medios de comunicación, como RA (49,65%), TV (46,60%), PE (57,61%) y PD (55,97%) alcanzaron el nivel medio, pero también plataformas de videos como YB (48,48%) o fuentes asociadas a personas del entorno de los estudiantes, como los FA (52,46%) o AU (51,99%), se encuentran en este grupo. Las fuentes que presentaron un nivel bajo fueron principalmente las redes sociales o los medios vinculados con el uso de internet, como FB (51,10%), BG (65,81%), TW (66,28%), IG (62,53%) o WT (64,17%).

En cuanto a las diferencias entre sexo femenino y masculino se ha determinado que las mujeres otorgan mayor credibilidad, veracidad e importancia a las distintas fuentes de información, en comparación con los hombres. Sin embargo, no todas las diferencias son estadísticamente significativas, debido a que solo en la TV ($p < 0,05$), FB ($p < 0,05$) e IG ($p < 0,05$) las mujeres evidenciaron diferencias significativas con los hombres.

Los estadísticos de prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov determinaron que no existe un comportamiento normal en ninguna de las variables ($p < 0,05$); por tanto, se optó por emplear el estadístico no paramétrico de Rho de Spearman en todas las correlaciones de las variables. En la Tabla 1, los índices de correlación entre las variables confirman que existen tres correlaciones significativas, positivas, altas y con potencias estadísticas convencionales [$p < 0,05$; $Sp > 0,70$; $1-\beta > 0,80$] entre VER y CRE, IMP y CRE, IMP y VER. Los hallazgos también contienen 15 correlaciones significativas, positivas, moderadas y con baja probabilidad de caer en el error de decisión [$p < 0,05$; $Sp > 0,40$; $1-\beta > 0,80$] entre las variables CI e IMC, CI e IRS, CR e IMC, CR e IRS, CR y DI, CR y CI, CRE e IRS, CRE y CI, CRE y CR, VER e IRS, VER y CI, VER y CR, IMP e IRS, IMP y CI, IMP y CR (Tabla 1).

Tabla 1. Credibilidad, veracidad e importancia de las fuentes de información, niveles y comparación según el sexo

M1	CRE, VER, IMP						Sexo		Z	p
	Bajo		Medio		Alto		Femenino	Masculino		
	n	%	n	%	n	%	ME [DE]	ME [DE]		
RA	99	23,2	212	49,7	116	27,2	9,48 [±2,82]	9,35 [±2,71]	-0,28	0,78
TV	78	18,3	199	46,6	150	35,1	10,24 [±2,89]	9,58 [±3,05]	-2,14	0,03
PE	97	22,7	246	57,6	84	19,7	9,25 [±2,57]	8,90 [±2,51]	-1,28	0,20
PD	87	20,4	239	56,0	101	23,7	9,67 [±2,48]	9,03 [±2,75]	-1,80	0,07
FB	231	54,1	159	37,2	37	8,7	7,78 [±2,62]	7,21 [±2,77]	-2,24	0,03
YB	173	40,5	207	48,5	47	11,0	8,12 [±2,84]	7,80 [±2,69]	-1,04	0,30
BG	281	65,8	118	27,6	28	6,6	6,80 [±2,55]	6,61 [±2,59]	-0,69	0,49
SMS	45	10,5	95	22,3	287	67,2	11,94 [±2,97]	11,47 [±3,11]	-1,70	0,09
TW	283	66,3	97	22,7	47	11,0	6,67 [±3,29]	6,52 [±3,05]	-0,22	0,82
IG	267	62,5	131	30,7	29	6,8	7,07 [±2,99]	6,18 [±2,61]	-2,63	0,01
WT	274	64,2	129	30,2	24	5,6	6,76 [±2,77]	6,53 [±2,78]	-0,76	0,45
FA	114	26,7	224	52,5	89	20,8	9,05 [±2,88]	8,88 [±2,99]	-0,40	0,69
AU	167	39,1	222	52,0	38	8,9	8,09 [±2,75]	7,77 [±2,52]	-0,84	0,40

Nota: M1=medio de información, RA=radio, TV=televisión, PE=prensa escrita, PD=prensa digital, FB=Facebook, YB=Youtube, BG=blogs, SMS=sitios de Ministerios de Salud, TW=Twitter, IG=Instagram, WT=WhatsApp, FA=familiares, AU=amigos de la universidad.

Aunque los resultados determinaron correlaciones significativas, positivas y confirmadas por la potencia estadística [$p < 0,05$; $S_p < 0,40$; $1-\beta > 0,80$] entre las variables IRS e IMC, DI e IMC, DI e IRS, CI y DI, CRE e IMC, CRE y DI, VER e IMC, VER y DI, IMP e IMC, IMP y DI, lo cierto es que en todos los casos el nivel de correlación fue bajo, lo que impide tomar una decisión. En otras variables, las correlaciones fueron positivas y significativas, pero el nivel fue muy bajo, y la probabilidad de caer en el error oscila entre 30% y 50% [$p < 0,05$; $S_p < 0,40$; $1-\beta < 0,80$]; estos son los casos de AC y CI, AC y CR. La variable AC no presenta correlaciones significativas [$p > 0,05$] con las variables IRS, DI, CRE, VER e IMP. Solo la correlación entre AC e IMC fue negativa, sin embargo, no es significativa y el nivel es muy bajo [$p > 0,05$; $S_p < 0,20$] (Tabla 2).

consecuencia, los Estados nacionales lanzaron campañas informativas tendientes a dar a conocer medidas sanitarias y económicas para combatir las consecuencias del virus SARS-COV-19. La información sanitaria emitida a través de las fuentes del Estado, los medios tradicionales de comunicación (radio, televisión y prensa escrita) y las redes sociales, entre otros, permitió que las personas tuvieran a su disposición información tanto oficial como no oficial.

Nuestra variable, fuentes de información, muestra tres correlaciones positivas altas y con potencias estadísticas convencionales entre credibilidad, verdad e importancia de la información recibida, lo que significa que hay una mutua influencia entre estas. En ese sentido, coincidimos con Hmadamin et al., (14), en la medida en que los medios de comunicación y las redes sociales desempeñan un papel

Tabla 2. Correlaciones entre las variables

Variables		IMC	IRS	DI	CI	CR	CRE	VER	IMP
IRS	Sp	0,36**							
	1-β	1							
DI	Sp	0,36**	0,37**						
	1-β	1	1						
CI	Sp	0,41**	0,48**	0,40**					
	1-β	1,00	1	1					
CR	Sp	0,43**	0,61**	0,41**	0,55**				
	1-β	1	1	1	1				
CRE	Sp	0,33**	0,45**	0,32**	0,46**	0,48**			
	1-β	1	1	1	1	1			
VER	Sp	0,29**	0,44**	0,30**	0,43**	0,46**	0,82**		
	1-β	0,99	1	0,99	1	1	1		
IMP	Sp	0,29**	0,45**	0,32**	0,48**	0,46**	0,79**	0,80**	
	1-β	0,99	1	1	1	1	1	1	
AC	Sp	-0,05	0,09	0,04	0,11*	0,18**	0,06	0,09	0,04
	1-β	0,52	0,71	0,57	0,50	0,70	0,51	0,50	0,55

Nota: 1. IMC=información medios de comunicación, IRS=información en redes sociales; DI=dispositivos de información, CI=comunicación interpersonal, CR=comunicación y redes, CRE=credibilidad, VER=veracidad, IMP=importancia, AC=actitudes.

2. Sig. ** < 0,01, * < 0,05.

DISCUSIÓN

La información en tiempos de normalidad es importante, y en momentos de crisis, por el efecto de la pandemia, es aún más importante porque la salud y la economía se han visto seriamente amenazadas por la COVID-19. En

importante para hacer conscientes a las personas sobre la COVID-19 y alentar a la población a cumplir con las medidas de protección. Sin embargo, la información que reciben las personas debe caracterizarse por ser creíble e importante, tener condiciones necesarias para que efectivamente contribuya a concientizar a la población contra

la COVID-19. Cuando las personas buscan información sanitaria pueden confundirse, angustiarse y abrumarse por la gran cantidad de fuentes de información y, sobre todo, por las falsas. Por otro lado, buscar información puede brindar tranquilidad y consuelo en respuesta a la ansiedad y la incertidumbre (15), siempre que no se trate de fake news. La información de medidas sanitarias es fundamental para controlar la pandemia, por tanto, las personas que perciben un mayor conocimiento de la COVID-19 tienen más probabilidades de reportar una mayor insuficiencia de conocimiento, lo que resulta en una menor evitación de información (16). Las diversas investigaciones sobre la información en tiempos de pandemia dan cuenta de que junto con la pandemia ha aparecido la infodemia de la COVID-19, es decir, información falsa, alarmista, que ha generado desinformación (17).

En otros términos, las noticias falsas contribuyeron a desinformar a la población consumidora de información, sobre todo de las redes sociales, con noticias alarmantes e inventadas por la ficción irresponsable de algunos cibernautas. No sabemos aún cuánto impacto tuvieron dichas informaciones en los contagios y las muertes por la pandemia, pero estamos seguros de que fue negativo. En el estudio, la información emitida por el Ministerio de Salud tiene un 67% de credibilidad, verdad e importancia (confianza alta), por lo que se erige en una fuente confiable, razón para tomarla en cuenta y cumplir con las recomendaciones para evitar los contagios y la posibilidad de fallecer. También, los medios tradicionales tienen buena acogida para los estudiantes universitarios: la televisión tiene una confianza media (46,6%); la radio, también media (49,7 %); y la prensa escrita, de igual forma (57,6%); es decir, gozan de mayor credibilidad, veracidad e importancia que las redes sociales. Resulta importante destacar que la confianza de las fuentes del Estado alcanza un nivel alto, contrariamente a lo que ocurre en otros países, en los cuales las fuentes de información del Estado no gozan de credibilidad. Así mismo, los medios tradicionales (radio, prensa y televisión) son confiables para los participantes de la investigación, aunque en menor grado que las fuentes del Gobierno. En ese sentido, coincidimos con Vázquez-Barrio et al. (18) cuando afirman que una fuente de información es la razón fundamental de su credibilidad.

La información sobre la COVID-19 puede provenir de cualquier fuente, pero en tiempos de pandemia, las redes sociales han desempeñado un papel crucial. Las personas pueden asumir diversos comportamientos en el uso de las redes sociales, por razones de edad o capital educativo, por lo que pueden optar por verificar o asumir como creíble y verdadera la información allí encontrada (19). En nuestro estudio, las redes sociales tienen nivel

medio y bajo de confianza, pues el capital educativo de los estudiantes universitarios les permite distinguir una fuente confiable de otra u otras que no lo son. Según Mora-Rodríguez y Melero-López (7), los datos evidencian una mayor percepción del riesgo entre los sectores con mayor exposición informativa a noticias sobre el coronavirus. Los análisis realizados muestran que los sectores que hacen un mayor seguimiento informativo, no son inmunes a la propagación de fake news. En efecto, la población que se expone a mayores niveles de fuentes de información puede, en determinado momento, dar credibilidad y confianza e incluso importancia a las noticias falsas. No obstante, los estudiantes universitarios de nuestro estudio asignan una confianza media y baja a las redes sociales, hecho que no los hace inmunes a todos, pero sí a la mayoría.

La credibilidad, la verdad y la importancia son los principales factores para determinar si una noticia es confiable para los usuarios. Los participantes conocen la existencia de noticias falsas en la red, a partir de la detección de la intención comunicativa. Además, la desconfianza hacia las noticias obliga al lector a contrastar la información en diversas fuentes informativas (18). En nuestra investigación, los estudiantes hacen uso de todas las fuentes posibles de información sobre la COVID-19, pero tienen la capacidad de distinguir la información falsa, de la creíble, verdadera e importante. Según nuestros participantes, las fuentes oficiales del Ministerio de Salud gozan de la mayor confianza. De otro lado, las mujeres expresan mayor confianza que los hombres en las fuentes del Ministerio de Salud y los medios tradicionales de comunicación.

Como sostienen Ali et al. (20), los medios de comunicación tradicionales son más confiables que las plataformas mediáticas en línea, pues estas facilitan la desinformación. Existe conexión entre el rol desempeñado por los medios de comunicación en situaciones de alarma social y de crisis sanitaria, y los procesos de construcción y legitimación de cosmovisiones de la “realidad” derivadas de la desinformación, los bulos y los ruidos informativos (3). Los resultados avalan el impacto de la COVID-19 sobre el sistema mediático, pues los hallazgos sugieren la emergencia de importantes novedades, como el resurgimiento del protagonismo de los medios tradicionales, especialmente de la televisión, y la reconexión con las noticias de los ciudadanos más alejados de la información (21). En nuestro estudio, los medios tradicionales de comunicación fueron revalorados por los participantes de la investigación♦

Conflictos de intereses: Ninguno.

REFERENCIAS

1. Zafri NM, Afroj S, Nafi IM, Hasan MMU. A content analysis of newspaper coverage of covid-19 pandemic for developing a pandemic management framework. *Heliyon*. 2021; 7(3):e06544. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06544>.
2. Yue S, Zhang J, Cao M, Chen B. Knowledge, Attitudes and practices of covid-19 among urban and rural residents in China: A cross-sectional study. *J Community Health*. 2020; 46:286-91. <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00877-x>.
3. Roman Etxebarrieta G, Álvarez-Rementería Álvarez M, Pérez-Izaguirre E, Dosil Santamaría M. El papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis sanitaria. La percepción de la población en torno al control y las normas sociales durante la pandemia del covid-19. *RLCS*. 2020; (78):437-56. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1484>.
4. López-Fañás R, Capellán-Vásquez E, Martínez-Rodríguez N. Conocimientos, actitudes y prácticas sobre la covid-19 en adultos de la República Dominicana. *Rev Cubana Salud Pública [Internet]*. 2021; 47(2). Consultado en abril 2021. Disponible en: <https://bit.ly/4fv8ysh>.
5. Abdelhafiz AS, Mohammed Z, Ibrahim ME, Ziad HH, Alorabi M, Ayyad M, Sultan EA. Knowledge, perceptions, and attitude of Egyptians towards the novel coronavirus disease (covid-19). *J Community Health*. 2020; 45:881-90. <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00827-7>.
6. Al ahdab S. A cross-sectional survey of knowledge, attitude and practice (KAP) towards covid-19 pandemic among the Syrian residents. *BMC Public Health*. 2021; 21(296). <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10353-3>.
7. Mora-Rodríguez A, Melero-López I. News consumption and risk perception of covid-19 in Spain. *Comunicar*. 2021; 26(66). <https://doi.org/10.3916/C66-2021-06>.
8. Thomas R, Greenwood H, Michaleff ZA, Abukmail E, Hoffmann TC, McCaffery K, et al. Examining Australian's beliefs, misconceptions and sources of information for covid-19: A national online survey. *BMJ Open*. 2021; 11:e043421. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-043421>.
9. Presidencia del Consejo de Ministros. D.S. No 051-2020-PCM que proroga el Estado de Emergencia Nacional declarado mediante Decreto Supremo No 044-2020-PCM. *El Peruano [Internet]*. 2020. Consultado en Julio 2021. Disponible en: <https://bit.ly/4gjMLW1>.
10. Presidencia del Consejo de Ministros. D.S. No 044-2020-PCM. Que declara el Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del covid-19. *El Peruano [Internet]*. 2020 Consultado en Julio 2021. Disponible en: <https://bit.ly/3P0Lqaj>.
11. Mejía C, Garay-Rios L, Enriquez-Anco M de G, Moreno A, Huaytán-Rojas K, Huancahuari-Nañacc Huari N, et al. Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la covid-19. *Rev Cuba Investig Biomédicas [Internet]*. 2020; 39(2):1-20. Consultado en Julio 2021. Disponible en: <https://bit.ly/3ZXdH8b>.
12. Organización Panamericana de la Salud (OPS). Respuesta a la emergencia por covid-19 en Perú [Internet]. OPS; 2021. Consultado en Julio 2021. Disponible en: <https://bit.ly/3P14qpi>.
13. Ministerio de Salud. Coronavirus: vacunas contra la covid-19 en el Perú [Internet]. Plataforma Digital Única del Estado Peruano. 2021. Consultado en Julio 2021. Disponible en: <https://bit.ly/3ZWx9BY>.
14. Hmadamin AY, Aziz KF, Shaikhah KM, Osman GA, Ahmed HM. Attitude about the role of media in increasing awareness regarding covid-19 and practicing related protection measures among a sample of Kurdish people Iraq. *Acta Médica Mediterr*. 2021; 37(59):59-64. <https://doi.org/10.19193/0393-6384>.
15. Lupton D, Lewis S. Learning about covid-19: a qualitative interview study of Australians' use of information sources. *BMC Public Health*. 2021; 21(662):1-10. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10743-7>.
16. Liu M, Chen Y, Shi D, Yan T. The Public's risk information seeking and avoidance in China during early stages of the covid-19 outbreak. *Front Psychol*. 2021; 12:1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.649180>.
17. Banerjee D, Meena KS. covid-19 as an "infodemic" in public health: Critical role of the social media. *Front Public Health*. 2021; 9:1-8. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.610623>.
18. Vázquez-Barrio T, Torrecillas-Lacave T, Suárez-Álvarez R. Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *Cuadernos Info*. 2021; (49):192-214. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27875>.
19. López-Rico CM, González-Esteban JL, Hernández-Martínez A. Consumo de información en redes sociales durante la crisis de la Covid-19 en España. *Rev Comun y Salud*. 2020; 10(2):461-81. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).343-354](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).343-354).
20. Ali S, Khalid A, Zahid E. Is covid-19 immune to misinformation? A brief overview. *Asian Bioeth Rev*. 2021; 13:255-77. <https://doi.org/10.1007/s41649-020-00155-x>.
21. Casero-Ripollés A. Impact of covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de la Información*. 2020; 29(2):e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.