

Artículo de Investigación

ANTICIPA-UCM. Hacia una gestión eficaz de la infodemia sobre la COVID-19

ANTICIPA-UCM. Towards an effective management of the COVID-19 infodemic

María Yolanda Martínez Solana: Universidad Complutense de Madrid, España.

mymartinez@ccinf.ucm.es

Teresa Martín García¹: Universidad de Salamanca, España.

teresam@usal.es

Fecha de Recepción: 29 /05/2024

Fecha de Aceptación: 17/10/2024

Fecha de Publicación: 29/01/2025

Cómo citar el artículo

Martínez Solana, Y. y Martín García, T. (2025). ANTICIPA-UCM. Hacia una gestión eficaz de la infodemia sobre la COVID-19 [ANTICIPA-UCM. Towards an effective management of the COVID-19 infodemic]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1188>

Resumen:

Introducción: En este trabajo se presentan las principales líneas de trabajo en materia de comunicación del proyecto interdisciplinar ANTICIPA-UCM (Anticipación y Prevención de COVID-19 en la Comunidad de Madrid). El objetivo es ofrecer a la sociedad una fuente informativa institucional que garantice contenidos fiables basados en investigación propia. El proyecto ha difundido el estado real de la evolución de la pandemia en España. **Metodología:** Se monitorizó la evolución de la incidencia del COVID-19 durante 2021, 2022 y 2023. De forma periódica se informaba a los medios de aspectos noticiosos provenientes de investigaciones realizadas por los investigadores del proyecto. Para ello, se ha analizado la evolución del interés de los medios de comunicación de 2021 hasta 2023. **Resultados:** Se comprobó un aumento del interés noticioso y se verificó que en España se han cumplido las recomendaciones realizadas por la OMS en la gestión de infodemia sobre COVID-19 para luchar contra informaciones falsas. **Discusión:** La estrategia de comunicación del proyecto ha evidenciado la eficacia de gestionar los contenidos sobre la pandemia de forma especializada, disminuyendo la sobreabundancia de información o los bulos. **Conclusiones:** Los resultados

¹ Autor Correspondiente: Teresa Martín García. Universidad de Salamanca (España).

de este proyecto muestran que las acciones han servido para gestionar eficazmente la infodemia.

Palabras clave: Infodemia; información especializada; comunicación sanitaria; comunicación científica; COVID-19; verificación de información; comunicación institucional; educomunicación.

Abstract

Introduction: This communication presents the main lines of work in communication of the interdisciplinary project ANTICIPA-UCM (Anticipation and Prevention of COVID-19 in the Community of Madrid). The objective is to offer society an institutional information source that guarantees reliable contents based on its own research. The project has disseminated the real state of the evolution of the pandemic in Spain. **Methodology:** The evolution of COVID-19 incidence was monitored during 2021, 2022 and 2023. Periodically, the media were informed of news aspects arising from research carried out by the project's researchers. To this end, the evolution of media interest from 2021 to 2023 was analyzed. **Results:** An increase in news interest was observed and it was verified that in Spain the recommendations made by the WHO in the management of infodemia on COVID-19 to combat false information have been complied with. **Discussions:** The project's communication strategy has demonstrated the effectiveness of managing content on the pandemic in a specialized way, reducing the overabundance of information or hoaxes. **Conclusions:** The results of this project show that the actions have served to effectively manage infodemia.

Keywords: Infodemia; specialized information; health communication; scientific communication; COVID-19; information verification; institutional communication; educommunication.

1. Introducción

La pandemia de COVID-19 no solo trajo consigo una crisis sanitaria global, sino también una sobrecarga de información, conocida como "infodemia". Este término, acuñado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), describe la rápida y amplia difusión de información tanto precisa como inexacta sobre un problema, dificultando que las personas encuentren fuentes confiables y orientación cuando la necesitan (Zarocostas, 2020). Por ello, en este trabajo se intenta dejar constancia de la importancia de enfrentar la infodemia, con un enfoque particular en la salud pública durante la pandemia de COVID-19, en este caso, a través de las estrategias llevadas a cabo en un macroproyecto pionero desarrollado en la Universidad Complutense de Madrid de forma interdisciplinar y colaborativa.

La intersección entre la educación, la comunicación y la información especializada es vital para enfrentar los actuales desafíos de la sobre los excesos de información y la infodemia. Es de especial relevancia, sobre todo, en situaciones de gravedad e incertidumbre social, como la originada en los últimos años por el COVID-19.

En este tipo de contextos, mejorar la comunicación de riesgos y asegurar la calidad y accesibilidad de la información especializada, se hace especialmente necesario, ya que puede contribuir a mitigar los efectos negativos de la sobrecarga de información y la difusión de información errónea. Tal y como destacan autores, como Smith y Taylor (2019, p. 125), "la información especializada es crucial para la investigación científica ya que proporciona datos precisos y detallados necesarios para el avance del conocimiento en áreas específicas."

Se trata, por tanto, de un tipo de información que tiene su base en los datos, los conocimientos y la evidencia científica que son recopilados, analizados y distribuidos por expertos en un campo específico. En ciencia y salud, esto incluye artículos de investigación, revisiones sistemáticas, informes clínicos y guías de práctica.

Cabe destacar, también, que esta información especializada en el ámbito en el que se centra este proyecto se nutre de fuentes confiables y reconocidas, como la Organización Mundial de la Salud, los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades, instituciones académicas y científicas reconocidas, revistas científicas revisadas por pares, entre otras.

De esta forma, la información especializada se convierte en la principal fórmula para poner freno a la infodemia; un término que se utiliza para designar la sobreabundancia de información, tanto precisa como inexacta, que se difunde rápidamente y dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fiable cuando la necesitan. Precisamente, este fenómeno se hizo especialmente notorio durante la pandemia de COVID-19, cuando la propagación de información errónea y desinformación complicó los esfuerzos de salud pública.

Junto con esta tipología de información, en la era digital, la educomunicación (Bermejo- Berros, 2021) juega un rol fundamental para enfrentar el exceso de información o la información falsa. La rápida difusión de información, especialmente a través de plataformas digitales, ha exacerbado los desafíos asociados con la sobrecarga de información y la propagación de información errónea. Precisamente, la educación es esencial para desarrollar habilidades críticas en la evaluación y el uso de la información.

Según la UNESCO (2023), la educación debe capacitar a los individuos para que se conviertan en consumidores críticos de información, capaces de discernir la calidad y la veracidad de los datos que reciben. La educomunicación puede jugar un papel crucial para mitigar los efectos de la infodemia al promover habilidades de pensamiento crítico, alfabetización mediática y competencia digital entre la población. Esto implica capacitar a las personas para que puedan discernir entre información confiable y desinformación, así como para que sean conscientes de los efectos potenciales de la infodemia en la sociedad y en sus vidas personales (Fajardo y Rivas, 2020).

Por todo ello, la educación aplicada al ámbito de la comunicación favorece la difusión de una información precisa, basada en la evidencia y ayuda al contraste de teorías falsas, conspiraciones, *fake news* o bulos. Representa, por tanto, un uso estratégico de los medios para promover el aprendizaje y ofrecer a la sociedad fuentes que garanticen contenidos fiables con la investigación como base.

1.1. La educación sanitaria en el ámbito mediático

La educación sanitaria juega un papel fundamental en la promoción de la salud pública, ya que empodera a los individuos y comunidades para tomar decisiones informadas sobre su salud, contribuyendo así a la prevención de enfermedades y la mejora de la calidad de vida (Glanz, Rimer y Viswanath, 2008).

Los medios de comunicación resultan un elemento esencial en la difusión de información sanitaria debido a su capacidad para llegar a amplias audiencias. En este sentido, la educación sanitaria se define como “cualquier combinación de experiencias de aprendizaje diseñadas para ayudar a individuos y comunidades a mejorar su salud, aumentando su conocimiento o influyendo en sus actitudes” (Organización Mundial de la Salud, 2012). Este proceso involucra

no solo la transmisión de información, sino también el desarrollo de habilidades para tomar decisiones informadas y adoptar comportamientos saludables.

Por tanto, no cabe duda de que los medios de comunicación son una herramienta muy poderosa en la promoción de la salud pública. Según McCombs y Shaw (1972), la teoría de la *agenda-setting* postula que los medios no solo informan, sino que también influyen en la percepción de la importancia de ciertos temas. Aplicada a la salud, esta teoría sugiere que los medios pueden dirigir la atención pública hacia problemas sanitarios específicos, moldeando así las prioridades y preocupaciones de la población.

Por todo ello, la eficacia y el impacto de la comunicación de la salud a través de los medios ha sido ampliamente estudiada. En el caso de este tipo de comunicación, aspectos como la precisión, la claridad de la información, la credibilidad de la fuente o la frecuencia y repetición de los mensajes (Noar, 2006) se hacen especialmente relevantes. Las campañas exitosas tienden a ser aquellas que combinan múltiples medios y técnicas para reforzar el mensaje y alcanzar a diversos segmentos de la población.

En el contexto actual, la educación sanitaria en los medios enfrenta varios desafíos, como la sobrecarga de información, la difusión de datos incorrectos o engañosos, y la posible creación de pánico innecesario. Además, existen consideraciones éticas relacionadas con la privacidad y el consentimiento informado, especialmente en el contexto de campañas que utilizan datos personales para segmentar audiencias (Glik, 2007).

La educación sanitaria es fundamental para la promoción de la salud y la prevención de enfermedades y por eso es de especial relevancia implantar programas en esta línea que involucren a la comunidad investigadora, los medios y las instituciones. Es, por tanto, un esfuerzo colaborativo que requiere la participación de individuos, profesionales de la salud y organizaciones comunitarias.

1.2. Divulgar la investigación científica desde el trabajo colaborativo e interdisciplinar

En la actualidad la complejidad alcanzada de los problemas científicos y tecnológicos ha impulsado la necesidad de un enfoque colaborativo e interdisciplinar en la investigación. Este abordaje no solo mejora la calidad de las investigaciones, sino que también facilita su divulgación, haciendo que el conocimiento científico sea accesible y comprensible para un público más amplio.

En el ámbito de la investigación científica, esa fórmula de trabajo conjunto implica involucrar a perfiles diversos como científicos, educadores, comunicadores y otros profesionales que trabajan juntos para producir y difundir conocimiento. Por su parte, el enfoque interdisciplinar supone una interacción más profunda entre disciplinas, que va más allá de la simple colaboración, creando un nuevo marco conceptual que trasciende las fronteras disciplinarias tradicionales (Klein, 1990). Por ello, plantear proyectos desde la colaboración interdisciplinar permite la integración de perspectivas diversas, lo que enriquece la comprensión de los problemas científicos (Fiore, 2008). Sin duda, la combinación de conocimientos de distintas disciplinas puede generar nuevas ideas y enfoques innovadores para la investigación.

Más allá de la profundidad que pueden adquirir los trabajos llevados a cabo desde esta perspectiva, se trata de un planteamiento que contribuye enormemente a la mejora de la calidad de la investigación. En este sentido, numerosos estudios han demostrado que los

equipos interdisciplinarios tienden a producir investigaciones de mayor impacto y calidad y que la diversidad de enfoques y técnicas puede llevar a descubrimientos más robustos y replicables (Hall *et al.*, 2012).

Todo esto lleva a la posibilidad de acelerar los procesos de investigación, ya que permite compartir recursos, técnicas y conocimientos, lo que reduce el tiempo necesario para resolver problemas complejos (Wuchty, Jones y Uzzi, 2007). Como consecuencia, facilita la tarea de divulgación científica, ya que los equipos interdisciplinares están mejor equipados para comunicar sus hallazgos a un público no especializado. Por ejemplo, los profesionales de la comunicación científica pueden traducir el lenguaje técnico en términos accesibles, aumentando la comprensión y el impacto social de la investigación (Bromme y Goldman, 2014).

Estos son solo algunos de los beneficios del trabajo colaborativo e interdisciplinar en el ámbito de la investigación científica, pero posiblemente, una de las mayores ventajas que ofrece es la posibilidad de mejorar el impacto social. La investigación interdisciplinar tiende a abordar problemas con un impacto directo en la sociedad, como el cambio climático, la salud pública o la sostenibilidad. Por esta razón, la colaboración entre disciplinas facilita la creación de soluciones integrales y aplicables a estos problemas (Rhoten y Parker, 2004). Asimismo, al integrar conocimientos y enfoques diversos, se pueden abordar problemas complejos de manera más eficiente y comunicarlos de manera que sean comprendidos por un público más amplio.

Tomando como punto de partida este planteamiento anterior y la necesidad inicial de combatir la infodemia, este proyecto tiene como principal objetivo proporcionar estructuras de gestión de la comunicación al proyecto para el establecimiento de relaciones con los medios informativos, con la sociedad, con el entorno industrial enfocado a una transferencia de conocimiento e información global y extensa, así como para dotar de un centro formativo especializado en el ámbito biomédico y tecnológico de emergencias epidémicas.

Para ello, se proponen los siguientes retos:

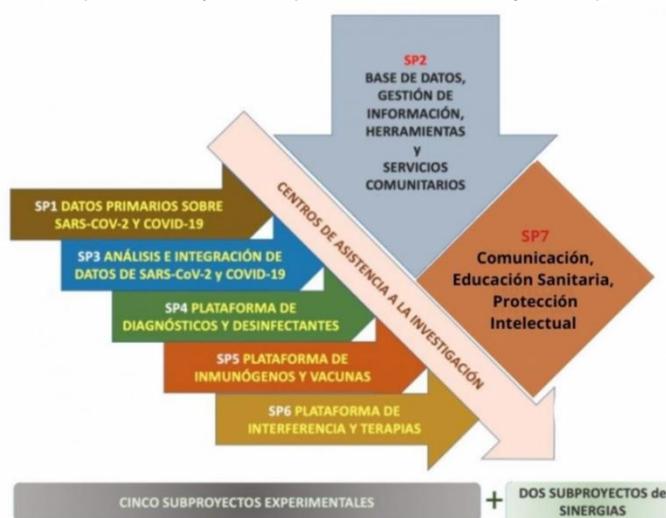
1. Establecimiento de un modelo de comunicación interna creado para optimizar las relaciones entre los miembros del proyecto y que coordine los contenidos para difundir a la sociedad.
2. Implantación de un modelo de comunicación externa dedicado a difundir la actividad del grupo, con la finalidad de convertirnos en una fuente informativa legitimada, tanto para los medios informativos como para cualquier público objetivo.
3. Creación de un entorno accesible y propicio que permita mantener relaciones con instituciones, empresas o grupos de interés sobre nuestro objeto de investigación, con el fin de transferir las técnicas, productos y servicios desarrollados.
4. Realización de actividades formativas en públicos-diana sobre la pandemia de COVID19, para promover un conocimiento real del riesgo de los contagios y de la necesidad de generar unos hábitos responsables en la protección de la salud.

2. Metodología

El trabajo que se presenta forma parte de un gran proyecto impulsado por la Universidad Complutense de Madrid, con el apoyo de la Comunidad de Madrid y la Unión Europea, a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Ha sido financiado como parte de la respuesta de la Unión a la pandemia de COVID-19; una iniciativa con la que se pretende trasladar a la sociedad los resultados de las investigaciones en Covid-19 y las futuras acciones de prevención frente a potenciales pandemias. En el proyecto han participado 42 grupos científicos y se ha estructurado en 7 subproyectos cooperativos, con 11 centros tecnológicos de asistencia a la investigación para combatir COVID-19.

Figura 1.

Proyecto multidisciplinar integrado por 7 subproyectos con enfoques cooperativos para aportar conocimientos nuevos en el campo de la infección por SARS-CoV-2 y de la pandemia por COVID-19



Fuente: Elaboración propia (2024).

Concretamente, esta propuesta forma parte del proyecto SP7, centrado en Comunicación Educación Sanitaria. Para el desarrollo de este trabajo, se monitorizó la evolución de la incidencia del COVID-19 durante 2021, 2022 y 2023. De forma periódica, se informaba a los medios de los aspectos más noticiosos obtenidos de las investigaciones que realizaban los investigadores del proyecto. Para llevar a cabo este trabajo se ha analizado la evolución del interés de los medios de comunicación desde 2021 hasta 2023.

Asimismo, se elaboró un plan de comunicación estratégico eficaz que pudiera dar a conocer a la sociedad, autoridades y *stakeholders* los contenidos especializados a través de la generación de redes bidireccionales con los medios informativos, con la sociedad, con el entorno industrial enfocado a una transferencia del conocimiento.

Además, se crearon diferentes formatos y actividades formativas especializadas en el ámbito biomédico y tecnológico de emergencias epidémicas. Posteriormente, se midió el interés de los medios de comunicación en la información sobre los avances de las investigaciones científicas, analizando el porcentaje de medios que recogían cada nota de prensa.

Por otra parte, se llevaron a cabo las siguientes actividades específicas de comunicación:

Comunicación interna. Con el fin de establecer un modelo de comunicación interna es necesario primero definir los contenidos a difundir tanto internamente como externamente, así como las estrategias a seguir para realizar dicha comunicación. También será necesario realizar una formulación de las prioridades comunicativas a nivel interno, así como establecer los mecanismos de acceso a la información y definir los sistemas de comunicación interna. A este fin se creará un Comité de Comunicación integrado por representantes de los subgrupos, miembros del subprograma 7 y expertos en divulgación científica.

Comunicación externa. En lo que se refiere a la comunicación externa se realizará un diseño de campañas informativas, se generarán productos y servicios audiovisuales especializados para ser difundidos por diversos canales convencionales y online junto con el envío de informaciones a los medios, con atención a las demandas de los periodistas y comunicadores, empresas e instituciones sobre productos y servicios desarrollados por el proyecto y de interés para las mismas, con el fin de establecer relaciones de transferencia con ellas. 14

Relaciones Externas. Se considera primordial establecer lazos permanentes con los agentes que intervienen en el mundo sociosanitario. Por ello, se establecerán relaciones con *stakeholders*, desarrollando iniciativas de acercamiento a la sociedad involucrando a empresas, instituciones, investigadores y, especialmente, asociaciones de pacientes. Asimismo, también es esencial poder constituir contratos y convenios con dichos agentes para la transferencia de algunos de los productos y servicios desarrollados en el proyecto. Para poder conseguir este hito también es necesario realizar a nivel interno una formación a los investigadores para potenciar la transferencia de sus investigaciones a las empresas e instituciones, de manera que se llevará a cabo una formación a los mismos sobre protección de la propiedad industrial e intelectual, y sobre el desarrollo de convenios y contratos con entidades públicas y privadas.

Formación. En este hito se quieren organizar sesiones-piloto con la ciudadanía, en general, pero, en especial, con estudiantes de Primaria y Secundaria en un formato ágil, en las que participarán integrantes del grupo para iniciar fórmulas de promoción de un autocuidado responsable de la salud. Para ello se elaborarán contenidos específicos audiovisuales que puedan ser utilizados por los profesores de ambos niveles educativos. Parte de estos contenidos podrán ser utilizados posteriormente en otros programas de formación para otros colectivos interesados, a los que se les haya enviado información a través de las actividades del hito 7.3. Asimismo, se realizarán actividades de formación a estudiantes universitarios y colectivos-diana de mecanismo

3. Resultados

Tras analizar y monitorizar el interés de los medios de comunicación en la evolución de la pandemia por COVID-19 estos han sido los principales resultados:

3.1. Evolución del impacto de las notas de prensa en los medios de comunicación y la sociedad

En primer lugar, puede afirmarse que la adecuación de los contenidos científicos fue un reto superado con éxito, teniendo en cuenta los datos del número de publicaciones interesadas y del elevado volumen de lectura de las noticias divulgadas.

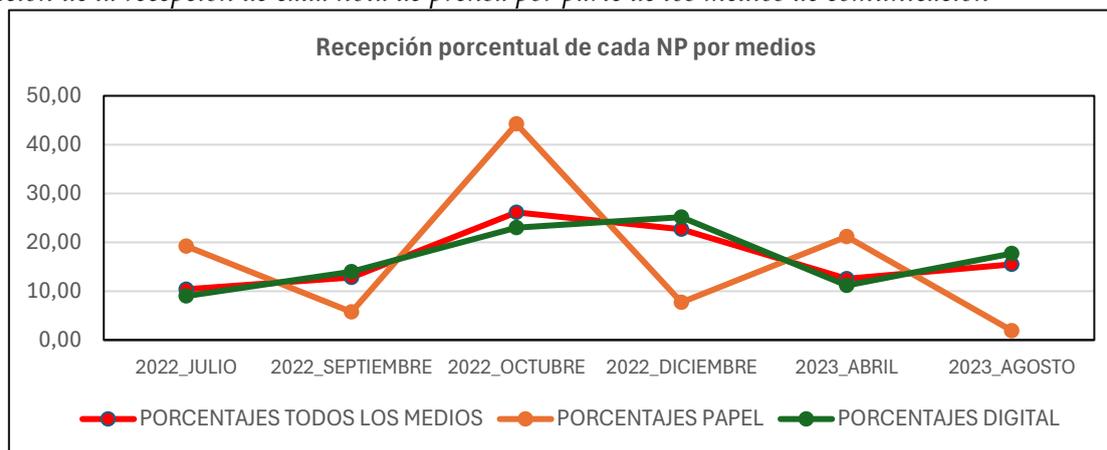
Por otra parte, los titulares de las noticias elaboradas han permitido realizar un seguimiento a lo largo del tiempo de la pandemia en nuestro país, reflejando las notas de prensa difundidas, como las que se muestran a continuación:

- 22 de julio 2022: ‘La séptima ola de la pandemia ha superado el impacto de la variante Omicron en España’.
- 4 de octubre 2022: ‘Identificado un nuevo patrón en los contagios de COVID-19, caracterizado por una carga viral baja que se elimina con rapidez’.
- 24 de octubre 2022: ‘Tras semanas de estabilidad, la infectividad por Covid vuelve a dispararse’.
- 27 de diciembre 2022: ‘Los análisis previos a la Navidad vuelven a poner la infectividad Covid cercana a máximos’.
- 19 de abril de 2023: ‘Los contagios por COVID-19 en abril podrían convertirse en el arranque de una nueva ola’.
- 3 de agosto 2023: ‘Investigadores del proyecto ANTICIPA-UCM demuestran que no existe retro-contagio del SARS-CoV-2 entre mascotas y humanos’.

Las diferentes acciones realizadas pusieron de manifiesto un incremento progresivo en el interés de los medios de comunicación en la información sobre los avances en la investigación en COVID-19 y los resultados de estas investigaciones. Como puede verse en el gráfico 1, este aumento en el interés puede apreciarse desde los 2 primeros comunicados (julio y septiembre 2022) hasta alcanzar el máximo en los 2 emitidos en octubre y diciembre 2022.

Figura 2.

Evolución de la recepción de cada nota de prensa por parte de los medios de comunicación

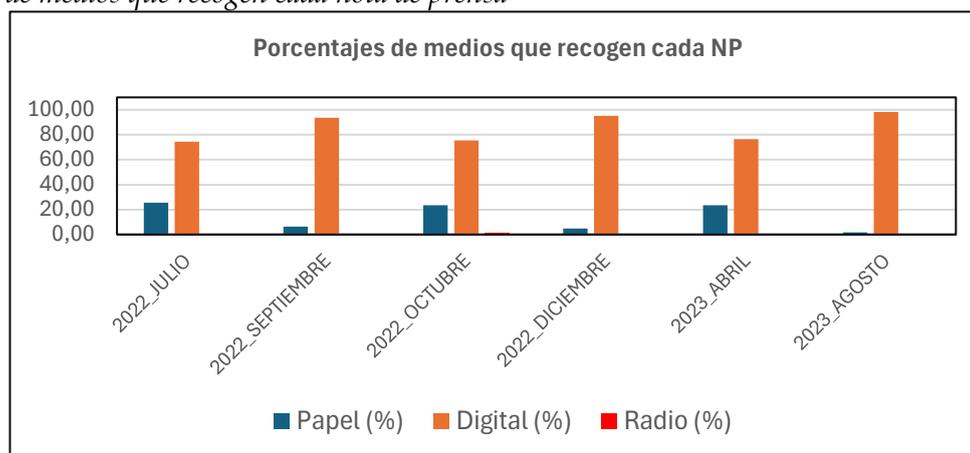


Fuente: Elaboración propia (2024).

Por otra parte, se midió el interés por cada uno de los comunicados en el caso de los medios digitales. En este sentido, como puede comprobarse en el gráfico 2, se observa que los medios digitales han tenido interés por cada uno de los comunicados, siempre por encima del 75% y alcanzando un 98% en diciembre de 2023.

Figura 3.

Porcentaje de medios que recogen cada nota de prensa

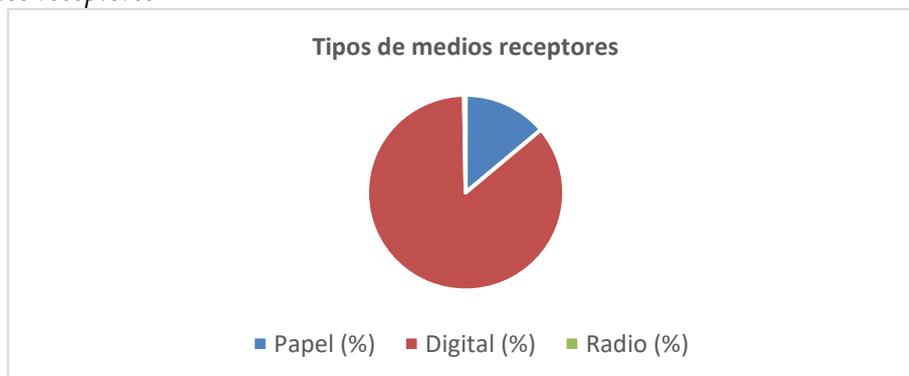


Fuente: Elaboración propia (2024).

Al analizar la evolución del interés por tipo de medios de comunicación, se observó que, de forma global, durante toda la campaña de comunicación, se dio una mayoritaria tendencia global de interés hacia la información digital con respecto a la de papel y la procedente de la radio, esta última solamente testimonial, como se observa en el siguiente gráfico (3).

Figura 4.

Tipos de medios receptores

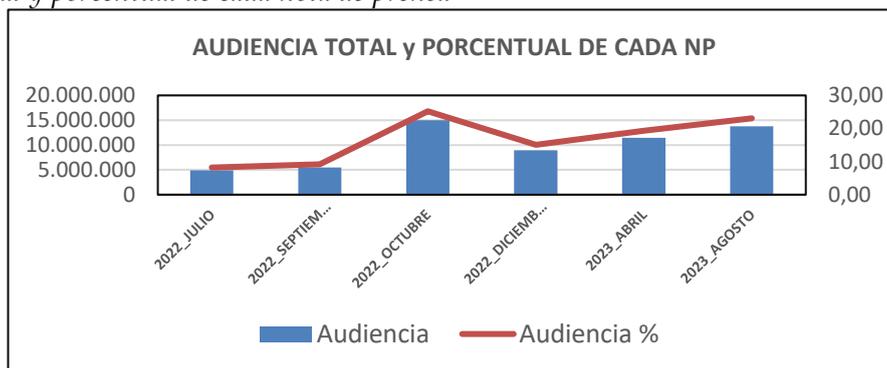


Fuente: Elaboración propia (2024).

Más allá de los medios de comunicación, la medición del interés de la audiencia en la evolución de la información permitió constatar que, en términos totales y porcentuales, hay una tendencia a incrementarse progresivamente desde el primer comunicado, de julio 2022, hasta el último en agosto de 2023, aunque con un pico notable en octubre de 2022, que coincide con el mayor número de medios interesados (ver el primer gráfico). Así, las noticias que alcanzaron un mayor número de público fueron las difundidas en octubre de 2022 con el titular 'La infectividad por COVID vuelve a dispararse' y la de agosto de 2023, titulada 'Se desmiente que exista retro-contagio del SARS-CoV-2 entre mascotas y humanos' (gráfico 4).

Figura 5.

Audiencia total y porcentual de cada nota de prensa



Fuente: Elaboración propia (2024).

Junto con estos datos de audiencia, como puede verse en el siguiente gráfico, la medición global del impacto en todos los medios de comunicación también fue muy satisfactoria, pues las informaciones difundidas alcanzaron a una audiencia de casi 35 millones de personas, lo que supuso una valoración publicitaria (VPE) equivalente a casi 700.000 euros.

Figura 6.

Impacto en medios de comunicación. Audiencia global y VPE

Resultados en medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia (2024).

Al analizar el impacto por tipos de medios de comunicación, se observa que el soporte en el que más publicaciones se realizaron a través de las notas de prensa difundidas fue el de los medios digitales, alcanzando los 229 medios. Por su parte, las cabeceras en papel supusieron una cifra de 40, seguidos de la radio, que es en donde menos impacto se detectó.

Tabla 1.
Impacto por tipo de medios

Evento	Papel	Digital	Radio	Total	Audiencia	VPE*
2022- 1 NP UCM PROYECTO ANTICIPA COVID-LOT (datos julio)	10	29	0	39	4.886.038	138.932,00 €
2022- 1 NP UCM PROYECTO ANTICIPA COVID-LOT (datos septiembre)	3	45	0	48	5.454.009	114.454,90 €
2022- 1 NP UCM PROYECTO ANTICIPA COVID-LOT (datos octubre)	23	74	1	98	15.009.931	287.035,34 €
2022- 1 NP UCM PROYECTO ANTICIPA COVID-LOT (datos diciembre)	4	81	0	85	8.966.670	147.300,20 €
TOTAL	40	229	1	270	34.316.648	687.722,44 €

Fuente: Elaboración propia (2024).

3.2. Comprobación de las recomendaciones de la OMS frente a las noticias falsas en el contexto de la pandemia

El análisis del impacto de las diferentes acciones de comunicación desarrolladas en el proyecto ha puesto de manifiesto que en nuestro país se están cumpliendo las recomendaciones realizadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en la gestión de infodemia sobre la COVID-19, para luchar contra las informaciones falsas que se basan en que los periodistas y los verificadores profesionales de hechos son clave para asegurar la difusión de información sanitaria fidedigna.

La Organización Mundial de la Salud es su 'Reseña normativa de la OMS: Gestión de la Infodemia sobre la COVID-19', de 14 de septiembre de 2022, apuntó la necesidad de realizar esfuerzos orientados a desarrollar información sanitaria accesible y de alta calidad en diferentes formatos digitales concebidos para su reutilización, combinación e intercambio, así como para su rápida difusión digital a través de redes sociales.

La comunicación planificada y desarrollada en el Proyecto ANTICIPA-UCM ha puesto de manifiesto la eficacia de gestionar los contenidos relacionados con la pandemia de forma especializada con el fin de evitar la infodemia relativa a la COVID-19, que se ha caracterizado por una sobreabundancia de información, mucha de la cual puede considerarse bulos o rumores que dificultan que las personas encuentren fuentes y orientación fiables cuando las necesitan. El fortalecimiento de la gestión de la infodemia es una estrategia vital para superar la actual pandemia de COVID-19. En el futuro, el seguimiento y la evaluación de la gestión de la infodemia serán críticos para determinar su eficacia y sostenibilidad, tal y como resalta la OMS.

3.3. Los medios de comunicación frente a las fuentes biosanitarias

El impacto mediático y la evolución en el interés de las informaciones difundidas a través de las diferentes notas de prensa, ha servido para comprobar que el comportamiento de los medios españoles evidencia la importancia que otorgan a los datos relacionados con la pandemia, así como el interés que muestra la sociedad.

Este proyecto es pionero en la integración de la investigación, gestión y transferencia de resultados en comunicación y educación sanitaria. En este sentido, 200 investigadores se han articulado en 7 subprogramas y, por primera vez, la comunicación interna y externa ha podido gestionar la comunicación estratégica de un proyecto de esta envergadura y difundir los hallazgos de la investigación biosanitaria en tiempo real.

Los resultados han sido muy positivos y revelan que los medios de comunicación se hacen eco de los contenidos validados, obtenidos en fuentes biosanitarias expertas, así como del interés que esas publicaciones despiertan en la sociedad. Los resultados obtenidos en el área de Comunicación de ANTICIPA-UCM han superado la ratio de impacto establecido en campañas de comunicación realizadas en España.

4. Discusión

El desarrollo de este trabajo ha permitido entender la evolución en el interés de la información especializada en la investigación en COVID-19 desde la perspectiva de la educación y la comunicación y con un enfoque de trabajo interdisciplinar y colaborativo, con especial énfasis en la comunicación y difusión.

Como se deja constancia a lo largo de esta comunicación, la educación sanitaria en los medios de comunicación es una estrategia esencial para mejorar la salud pública. Sin embargo, su eficacia depende de la calidad y credibilidad de la información difundida, así como de la capacidad para involucrar a la audiencia de manera significativa.

Por ello, puede afirmarse que el trabajo ha permitido conocer bien cómo se ha ido transformando el interés por la información científica por parte de los medios y de la audiencia. Sin embargo, sería necesario llevar a cabo otro tipo de estudios más complejos y profundos para comprender mejor el impacto real en la sociedad y en los propios medios. Para ello, sería podría ser muy pertinente realizar otro tipo de estudios cuantitativos, experimentales y mixtos que permitieran hacer uso de herramientas que ofrezcan detalles sobre este impacto, por ejemplo, en cuanto a posibles efectos mediáticos a largo y corto plazo en los individuos que lleven al cambio de ciertas conductas y patrones frente a las informaciones falsas.

Asimismo, en futuras investigaciones se podría medir el interés real de la sociedad y de los medios de comunicación no especializados en noticias y contenidos relacionados con la salud. De este modo, podría compararse con los resultados de este trabajo y desarrollar nuevas vías de investigación futuras.

5. Conclusiones

La desinformación y la infodemia se han impulsado rápidamente durante la pandemia de COVID-19, pudiendo afectar negativamente la salud pública al promover prácticas no científicas y generar desconfianza en las medidas de salud pública (Brennen *et al.*, 2020). Por ello, la educación sanitaria en los medios de comunicación es una estrategia esencial para combatir estos fenómenos tan preocupantes.

Los resultados de este proyecto evidencian cómo las diferentes acciones han servido para gestionar de forma eficaz la infodemia, algo que puede constatarse mediante el impacto social y mediático en las informaciones especializadas y provenientes del ámbito investigador.

Por otra parte, puede afirmarse que esta iniciativa ha permitido proporcionar estructuras de gestión de la comunicación al proyecto para el establecimiento de relaciones con los medios informativos, con la sociedad y con el entorno industrial. Por tanto, se ha logrado llevar a cabo una transferencia de conocimiento e información global y extensa. Además, se ha dotado de un centro formativo especializado en el ámbito biomédico y tecnológico de emergencias epidémicas.

Los datos analizados permiten concluir que se ha logrado una amplia eficacia en la comunicación externa, tanto por la presencia de la formación especializada en los medios informativos, como por su impacto posterior en la sociedad a través de una información veraz sobre la enfermedad. Del mismo modo, con estas acciones se ha logrado fomentar un posicionamiento ante la opinión pública y los medios de comunicación como garantes de una investigación puntera, fomentando así la credibilidad de la labor de la institución antes los medios y los ciudadanos.

El trabajo colaborativo y la metodología empleada ha permitido la creación de sinergias entre grupos de diferentes áreas del conocimiento, posibilitando una mejora en la calidad de la investigación, facilitando las acciones de divulgación científica, aportando mayores dosis de creatividad e innovación e incrementando el impacto social.

Por último, se ha podido comprobar la eficacia de la combinación de estrategias de comunicación efectiva, educación sanitaria y el trabajo interdisciplinar para abordar el desafío propuesto. La lucha contra la infodemia requiere un enfoque holístico que combine aspectos como la comunicación efectiva, educación sanitaria y trabajo interdisciplinar. Al integrar estas estrategias de forma conjunta, se puede mejorar significativamente la calidad y la precisión de la información que llega al público, empoderando a las personas para que conozcan de primera mano la información que proviene directamente del ámbito investigador y pueda, de este modo, adquirir información veraz y fiable, contrastar informaciones y, por tanto, tomar decisiones informadas y contribuyendo así a erradicar muchas de las problemáticas derivadas de la desinformación y de la propagación de noticias falsas.

Precisamente, aquí resulta apropiado destacar que las actuaciones llevadas a cabo y sus resultados han mostrado cómo, además de servir para contrarrestar la desinformación, este proyecto ha podido contribuir al fortalecimiento de la confianza en las instituciones implicadas, especialmente la Universidad Complutense y la Comunidad de Madrid, debido a una comunicación transparente, basada en evidencias científicas. En contextos de emergencia sanitaria, la confianza y las acciones para la alfabetización en la salud resultan esenciales para prevenir pánicos innecesarios, para lograr la cooperación de la población en las medidas de control y para aceptar cualquier intervención necesaria.

6. Referencias

- Bermejo-Berros, J. (2021). The critical dialogical method in Educommunication to develop narrative thinking. *Comunicar*, 67, 111-121. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-09>
- Bromme, R. y Goldman, S. R. (2014). The public's bounded understanding of science. *Educational Psychologist*, 49(2), 59-69. <https://doi.org/10.1080/00461520.2014.921572>
- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoti, E., Schmidt, A. L. y Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 16598. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>
- Fajardo, C. y Rivas, R. (2020). La acción de la UE en España ante la "infodemia" de desinformación por el COVID-19. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 13(26), 19-32. <https://doi.org/10.55777/rea.v13i26.2153>
- Fiore, S. M. (2008). Interdisciplinarity as teamwork: How the science of teams can inform team science. *Small Group Research*, 39(3), 251-277. <https://doi.org/10.1177/1046496408317797>

- Glanz, K., Rimer, B. K. y Viswanath, K. (Eds.). (2008). *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Glik, D. C. (2007). Risk Communication for Public Health Emergencies. *Annual Review of Public Health*, 28, 33-54. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.28.021406.144123>
- Hall, K. L., Vogel, A. L., Stipelman, B. A., Stokols, D., Morgan, G. y Gehlert, S. (2012). A four-phase model of transdisciplinary team-based research: Goals, team processes, and strategies. *Translational Behavioral Medicine*, 2(4), 415-430. <https://doi.org/10.1007/s13142-012-0167-y>
- Klein, J. T. (1990). *Interdisciplinarity: History, theory, and practice*. Wayne State University Press.
- McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Noar, S. M. (2006). A 10-Year Retrospective of Research in Health Mass Media Campaigns: Where Do We Go From Here? *Journal of Health Communication*, 11(1), 21-42. <https://doi.org/10.1080/10810730500461059>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviors and mitigating the harm from misinformation and disinformation*. World Health Organization. bit.ly/3XQKqez
- Pennycook, G. y Rand, D. G. (2021). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. *Management Science*, 67(11), 6511-6529. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3478>
- Rhoten, D. y Pfirman, S. (2007). Women in interdisciplinary science: Exploring preferences and consequences. *Research Policy*, 36(1), 56-75. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.08.001>
- Rothschild, N. y Fischer, S. (2020). How to Combat the COVID-19 Infodemic: Lessons from 12 Digital Health Experts. *Journal of Medical Internet Research*, 22(7), e20527. <https://doi.org/10.2196/20527>
- Smith, J. A. y Taylor, L. B. (2019). The Role of Specialized Information in Scientific Research. *Journal of Advanced Studies*, 34(2), 123-135. [https://doi.org/10.1016/0167-9236\(94\)00041-2](https://doi.org/10.1016/0167-9236(94)00041-2)
- UNESCO (2023). *El pensamiento crítico y la interdisciplinariedad son esenciales para preparar a los alumnos para el cambio climático*. Unesco. bit.ly/4bu33by
- Wuchty, S., Jones, B. F. y Uzzi, B. (2007). The increasing dominance of teams in production of knowledge. *Science*, 316(5827), 1036-1039. <https://doi.org/10.1126/science.1136099>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Martínez Solana, M. Yolanda; **Software:** Martínez Solana, M. Yolanda
Validación: Martínez Solana, M. Yolanda **Análisis formal:** Apellidos, Nombres; **Curación de datos:** Apellidos, Nombres; **Redacción-Preparación del borrador original:** Martín García, Teresa. **Redacción-Re- visión y Edición:** Martín García, Teresa **Visualización:** Martín García, Teresa **Supervisión:** Martínez Solana, M. Yolanda **Administración de proyectos:** Martínez Solana, M. Yolanda **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Apellidos, Nombres.

Financiación: Esta investigación recibió o no financiamiento externo.

Agradecimientos: Ejemplo: El presente texto nace en el marco del proyecto ANTICIPA-UCM (PR38/21-31), Anticipación y prevención de COVID-19 en la Comunidad de Madrid, de la Universidad Complutense de Madrid. Financiado por la Comunidad de Madrid y la Unión Europea a través de a través del Fondo Europeo De Desarrollo Regional (FEDER) – Recursos REACT-UE del Programa Operativo de Madrid 2014-2020, en la línea de actuación de proyectos de I+D+i en materia de respuesta a COVID 19. Financiado con 8,5 millones de euros, por la Comunidad de Madrid y la Unión Europea, a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Conflicto de intereses: no existen.

AUTOR/ES:

María Yolanda Martínez Solana

Universidad Complutense de Madrid, España.

Profesora Titular de la UCM (2021). Tres sexenios de investigación. Doctora Cum Laude por unanimidad por la Universidad Complutense de Madrid (2003). Integrante de tres grupos de investigación. Colabora con otras Universidades españolas e internacionales. Delegada de la Decana para la dirección del diario Infoactualidad de la Facultad de CCINF de la UCM y directora del Máster de Periodismo ABC-UCM (ambos desde 2016-junio 2022). Delegada del Rector para la Comunicación Institucional de la Universidad Complutense de Madrid, con rango de Vicerrectora. En el año 2000, fue nombrada Vocal Asesor del Ministerio de Sanidad y Consumo como Directora de Comunicación. Columnista. Consultora en campañas electorales y de imagen. Integrante de comités de selección de directivos de empresas. Áreas de investigación: análisis de las crisis informativas y la elaboración de Programas de Comunicación Institucional. mymartinez@ccinf.ucm.es

Índice H: 12

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9164-4634>

Scopus ID: [Martínez Solana, María Yolanda - Author details - Scopus Preview](#)

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=diFbFQUAAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Maria-Solana>

Teresa Martín García

Universidad de Salamanca, España.

Doctora en Periodismo, Máster en Comunicación Institucional y Empresarial y Máster en Periodismo, Discurso y Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Periodismo y experta en Género y Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca. Cuenta con más de 15 años de experiencia profesional en marketing y de la publicidad. Desde 2010 trabaja en la Universidad de Salamanca. Ha desarrollado su carrera conjuntamente en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad de Salamanca. Forma parte del Observatorio de Contenidos Audiovisuales (OCA), grupo de Investigación de Excelencia y Unidad de Investigación Consolidada de la Junta de Castilla y León. Sus principales líneas de investigación son: tendencias de marketing y comunicación digital en instituciones y empresas, educomuniación, género y comunicación.

teresam@usal.es

Índice H: 7

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4239-0241>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58174897600>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=bDWNhs0AAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Teresa-Martin-Garcia>