

XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2024.

Sobrecarga de información en Twitter, en el contexto de las elecciones presidenciales 2023.

Martinez, Julian.

Cita:

Martinez, Julian (2024). *Sobrecarga de información en Twitter, en el contexto de las elecciones presidenciales 2023. XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-048/835>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evo3/1x4>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

SOBRECARGA DE INFORMACIÓN EN TWITTER, EN EL CONTEXTO DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES 2023

Martinez, Julian
Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

RESUMEN

La sobrecarga de información es un fenómeno en el que la cantidad y/o intensidad de la información excede la limitada capacidad de procesamiento cognitivo del individuo. En este sentido, pueden generar emociones desagradables, estrés, miedo desproporcionado y altos niveles de ansiedad en la población (Parra-Medina & Alvarez Cervera, 2021). Este trabajo analiza cómo perciben el problema, si se presentan los síntomas identificados y cuáles son los comportamientos de las personas al respecto. Todo esto en personas de entre 18 y 27 años, pertenecientes a la generación Z que utilizan la red social "X" ex-Twitter, en el contexto de las elecciones presidenciales de la República Argentina de 2023.

Palabras clave

Sobrecarga de información - Twitter - Ansiedad - Elecciones presidenciales

ABSTRACT

INFORMATION OVERLOAD

Information overload is a phenomenon in which the amount and/or intensity of information exceeds the individual's limited cognitive processing capacity. In this sense, they can generate unpleasant emotions, stress, disproportionate fear and high levels of anxiety in the population (Parra-Medina & Alvarez Cervera, 2021). This work analyzes how they perceive the problem, whether the identified symptoms occur and what are people's behaviors in this regard. All this in people between 18 and 27 years old, belonging to generation Z who use the social network "X" ex-Twitter, in the context of the presidential elections of the Argentine Republic in 2023.

Keywords

Information overload - Twitter - Anxiety - Presidential elections

Introducción

En el contexto actual, el uso de las redes sociales han alcanzado una aplicación masiva, estas constituyen un microclima que acompañan muchas veces impactantes noticias de la actualidad, como también son generadoras de contenido relevante. Sin duda, las elecciones presidenciales son un evento paradigmático, en donde se puede ver con mayor claridad la potencia de estas herramientas. En este artículo, se va a analizar a personas

de 18 a 27 años incluidas en la generación Z y cómo este exceso de información, también llamado sobrecarga de información o estado de infoxicación, produce efectos, principalmente niveles elevados de ansiedad, atención disminuida y preocupación en los usuarios de la red social X, (Parra Medina y Alvarez, 2021; Eppler y Mengis, 2004 ; Linares Salgado, 2018; Cornella, 2000; Toffler, 1970; Simón 1971).

Esta investigación comparte el interés y la preocupación por la salud mental de las personas. Según un estudio sobre el bienestar subjetivo de los habitantes de zonas urbanas de Argentina, realizado por el Observatorio de la Deuda Social Argentina (ODSA), el 2022 fue el peor año en términos de salud mental y emocional entre los argentinos desde el año 2010 (Rodríguez, et al., 2023). Este fenómeno se sucede en un contexto internacional adverso y un escenario local recesivo, con altos niveles de inflación y números desfavorables en materia de empleo en el que se produjo la pérdida de ingresos y un menor consumo de los hogares. Además, el 2023, es un año electoral en el que se eligen los Gobernadores de cada provincia y se define el Presidente y Vicepresidente de la República. De este modo, en las redes sociales se produce un exceso de información que puede generar alteraciones en la salud mental de las personas.

Una posible causa o agravante, la podemos temporalizar y asociar a los grandes cambios sociales y culturales que surgieron luego de la Revolución Industrial, que han afectado directa o indirectamente a las personas. En estas, se produjo un gran interés por el conocimiento y para llegar a ello, se le ha dado gran importancia a la información, entendida como la materia prima para conseguirlo (Linares Salgado, 2018).

También, podemos considerar los grandes avances en las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), entendidas como un conjunto de servicios, redes, softwares y aparatos desarrollados para lograr una mejor transmisión de la información y de la comunicación (Chen, 2019). Estas, han permitido reducir tiempos y distancias, han transformado a la información en algo fácil de generar, de acceder y de mejorar. También, se ha creado un nuevo tipo de sociabilidad sin presencia física (Intercom, 2007). Estos avances son una gran herramienta para los actores políticos; tanto representantes como militantes, ya que resultan útiles para informar o sobre-informar a las personas de la comunidad. Para ello, acuden a las redes sociales.

Data Reportal, una consultora que recopila datos de fuentes

confiables y ofrece informes gratuitos sobre el comportamiento digital de los usuarios en todo el mundo, determinó que en julio de 2023, hay cerca de 4.880 millones de usuarios de redes sociales (4,732,800,000,000) en todo el mundo, lo que equivale al 60,6% de la población mundial total (Data Reportal, 2023). Además, determinó que esto no es algo estanco y que estas cifras están en expansión; se prevé un crecimiento constante en el uso de las redes. También, sitúan que para el 2024, el número de usuarios mensuales activos estará por encima de los 5.000 millones (Fernández, 2023).

En Argentina, según el Censo Nacional realizado en el año 2022 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) hay 46.044.703 habitantes (INDEC, 2023). En este sentido, según la consultora antes mencionada, en Argentina el 87.2% de la población tiene conexión a internet (aproximadamente 39,35 millones de personas) y el 79.7% hace un uso activo de las redes sociales (Data Reportal, 2023).

La sobreinformación es un fenómeno en el que la cantidad y/o la intensidad de la información exceden la capacidad limitada de procesamiento cognitivo del individuo. En este sentido, pueden generar emociones displacenteras y estados de malestar como el estrés, el miedo desproporcionado y niveles elevados de ansiedad en la población (Parra-Medina & Alvarez Cervera, 2021). Conocer sobre esta problemática es un primer paso para prevenir o diseñar herramientas que minimicen o eviten estos efectos.

Existe una amplia variedad de investigaciones que abordan esta temática, aunque con metodologías diseñadas para las redes sociales en general. Esto se considera una limitación ya que cada red social tiene objetivos y públicos distintos. Por esto, en esta investigación se eligió analizar la red social "X" (ex Twitter), ya que es una plataforma con limitación de caracteres que posibilita el consumo, la lectura rápida y tiene un gran alcance con la posibilidad de re-postear las publicaciones. Además, es un medio popular para la comunicación política y un campo de debates entre los usuarios (Rodríguez Andrés y Ureña Uceda, 2011).

Por este motivo, para el siguiente trabajo se utilizó un enfoque constructivista y un enfoque cognitivo. El primero, tiene como idea central que el individuo es un constructor activo de su propio conocimiento a partir de la interacción con su entorno y sus experiencias. Para esta mirada, el conocimiento no es un producto acabado sino que se construye de manera progresiva y continua. Postula que se produce por la construcción día a día y la interacción entre el ambiente y sus disposiciones internas (Carretero, 1997). Desde este punto de vista, la tecnología es una herramienta simbólica, que media entre las relaciones de los sujetos y sus características (Neri, 2006). De este modo, los usuarios de X que serán encuestados en este trabajo, serán entendidos como actores que construyen su propia comprensión de la realidad y le atribuyen un significado a ella a partir de la información que consumen en la plataforma.

La mirada cognitiva, es aquella que se centra en el estudio de los procesos mentales como la percepción, la memoria, el len-

guaje, el pensamiento y la resolución de problemas (Rico, 2005). Esta, permite entender cómo el exceso de información puede sobrecargar el sistema de procesamiento de información y producir dificultades y afecciones en el día a día de las personas. De este modo, es posible analizar cómo los usuarios interactúan con la sobreinformación y cómo esta interacción puede influir en sus respuestas emocionales y cognitivas.

Esto se puede observar en la sociedad actual, la que diversos autores la denominan "Era digital", entendiéndose como la era en la que las relaciones sociales están regidas y atravesadas por las herramientas y los medios tecnológicos que modifican el cuerpo y las relaciones internamente. La era digital se caracteriza por ser un modelo de sociedad en donde se le da gran importancia a los dispositivos tecnológicos, ya que ellos permiten transmitir, archivar y acceder a grandes cantidades de información. Se considera un bien que se utiliza intensivamente como elementos de la vida económica, social, cultural y política (Intercom, 2007). También la han caracterizado como un período de tiempo en el que las computadoras y los distintos dispositivos digitales tienen un impacto y un valor significativo en la sociedad, principalmente en la sociabilidad (Linares Salgado, 2018). Sin embargo, esta transformación no se produce en un vacío, sino tal como lo plantea Bauman (2005), se da en el contexto de una "modernidad líquida". El autor postuló que la sociedad ha sufrido un cambio estructural en el que se pasó de una sociedad de estructuras sólidas a una sociedad más fluida de modernidad líquida (Bauman, 2005). La primera, denominada modernidad sólida, se caracteriza por la estabilidad, la certidumbre y la durabilidad de las instituciones y las estructuras sociales. De este modo, existía una mayor confianza en las instituciones y en la autoridad. Los individuos obtenían empleos y entornos a largo plazo, en los que forjaban vínculos afectuosos con sus compañeros y con la empresa. En cambio, la segunda sociedad, la modernidad líquida, se caracteriza por la fluidez, la falta de estabilidad y la incertidumbre. Se caracterizan por ser como "los fluidos", no conservan durante mucho tiempo su forma y se adaptan al entorno cambiante. Los trabajos y los entornos son efímeros, la durabilidad no es importante y gana lugar la gratificación instantánea.

Esto afecta la percepción de futuro de las personas. Antes, en la modernidad sólida, el individuo se sentía identificado con su entorno y además, este representaba un futuro y podía proyectarse en él. En la modernidad líquida, el individuo se encuentra con que ese futuro se ha desvanecido, no puede o no sabe proyectar. Por esto, la persona se refugia en sí misma o en artefactos que le permiten acceder a la información, para poder hacerse de esa seguridad que ya no existe (Bauman, 2005).

Es por esto que en este contexto de ligereza, se da este cambio en cuanto a la importancia y al manejo de la información ya que ella le permite informarse de los cambios y tomar decisiones informadas en un entorno cambiante. Estos cambios epocales dan lugar a la "Sociedad de la información", término planteado en

1973 por el sociólogo estadounidense Daniel Bell que la definió en su libro “El advenimiento de la sociedad postindustrial” (Bell, 1973, como se citó en Burch, 2005). Esta sociedad tendría como eje principal el conocimiento teórico y los servicios basados en el conocimiento se iban a convertir en la estructura central de la nueva economía. También entiende a la información como la materia prima del conocimiento, por esto, el manejo de la misma iba a tener una influencia considerable en la sociedad. Linares Salgado (2018) resalta que la información se convirtió en un objeto de consumo y que en un contexto de capitalismo en el que las personas se sienten vacías e inseguras por el futuro incierto, se satisfacen con las redes y la información. El anhelo satisfecho-insatisfecho genera el consumo compulsivo. Las personas se volvieron un container que siempre se busca llenar y almacenar mediante el consumo, en este caso de información rápida y digerible (Linares Salgado 2018).

De acuerdo a lo estudiado por Webster, (1985, como se citó en Intercom, 2007) este tipo de sociedad está representada por utilizar intensivamente la información como un elemento de la vida económica, social, cultural y política. Está apoyada por los avances tecnológicos y también fomenta más avances para aumentar el volumen, la cantidad, la calidad y la rapidez de datos, revitalizando la información y convirtiéndola, aún más, en el pilar de la sociedad. Esta sociedad informacional se destaca por la importancia que se le da a la información y, entonces, por la velocidad en que se genera, se transmite y se procesa la misma. Gracias a estos aportes de las tecnologías para transmitir información, se ha ampliado el campo de lo visible y ha permitido la diversificación, facilitación y transmisión de información instantánea y amplia, con acceso de personas que antes lo tenían imposibilitado (Levy, 1993, como se citó en Intercom 2007). Además, se ha descentralizado la producción y difusión de información, cualquiera puede hacer esto y puede tener acceso de aquello que busca (Intercom 2007).

Pese a esto, también hay aspectos peligrosos. El acceso inmediato a la información dificulta el procesamiento adecuado de la misma, tanto para generar el conocimiento como para buscar la objetividad y la verdad. Ha generado que se confunda lo real y lo virtual, lo público y lo privado, una subjetividad hipersensible, saturada de información de distintas fuentes, con una gran dificultad de distinguir verdades y falsedades que afectan la comunicación y la realidad de las personas (Linares Salgado 2018).

En este contexto, la sociedad de la información se caracteriza por el uso masivo de redes sociales (Roca, 2020). Estas se comprenden como páginas o servicios web que toman la forma de comunidades virtuales en las que las personas pueden crear su propio perfil, con todo tipo de información personal e interactuar con los perfiles de sus amigos en la vida real así como conocer a nuevas personas con las que comparten algún interés (Boyd y Ellison, 2008 como se citó en García del Castillo, 2013).

Las redes sociales, están debidamente planificadas para que

sean sencillas e intuitivas para las personas. De esta manera se genera una gran facilidad de acceso y generación de contenidos. Neri (2006) conceptualiza esto como usabilidad de las páginas web, plantea que las empresas y programadores encargados de crear páginas se enfocan en hacerlas cada vez más intuitivas y buscan que se requiera el menor aprendizaje posible, disminuyendo el conocimiento previo para interactuar con ellas. Esto permite que se cumplan los principales objetivos de la web; la transmisión de la información de forma bidireccional y la conexión entre personas (Neri, 2005). Algunos autores plantean que estas empresas hacen más simple su acceso y también utilizan su potencial adictivo para perfeccionar el aspecto de las páginas para atraer la atención y aumentar el consumo de los usuarios (Torous et. al., 2019).

En relación a esto, las redes sociales virtuales son ejemplos de la evolución de la web 1.0 a la “Web 2.0”. En la Web 1.0 los editores de páginas digitales generaban los contenidos que iban a ser utilizados por los usuarios. Las personas solo accedían a consumir información generada por comunicadores profesionales o editores. La Web 2.0, se caracteriza por permitir su uso libre y gratuito, ser sencillos y adaptables y de tener un claro enfoque para favorecer el trabajo colectivo y colaborativo (Romani, 2006). Estos servicios webs permiten una descentralización del proceso de la producción y difusión de la información, cualquiera puede hacerlo y cualquiera puede acceder a lo que busca (Intercom 2007). Los usuarios pueden generar los contenidos que van a ser utilizados por el resto de usuarios (García del Castillo, 2013). Aunque esto puede ser contraproducente, ya que tal como lo plantea Orihuela (2002) esta posibilidad genera una multiplicación de voces que difunden información, generando que la función que antes cumplían los editores y comunicadores profesionales de filtrar y contrastar la información, hoy muchas veces es anónima y fácilmente manipulada. Nunes (1997) plantea que la internet limita la objetivación, es decir, esta multiplicidad de voces produce que gran parte de lo que circula en internet, sean opiniones subjetivas de las personas y no parte de la realidad objetiva.

Esta multiplicidad de voces que permiten las nuevas tecnologías posibilitan la libertad de opinar y publicar, el libre acceso a la información y la libre circulación de datos e ideas y también que haya sitios web que intencionalmente generan desinformación. Anders, (2011, como se citó en Linares Salgado 2018) veía un peligro que atraía las redes sociales en la reducción de la capacidad de las personas para comprender su entorno y darle sentido, la objetividad, la certeza y las verdades corroboradas, cedieron ante la estridencia, lo viral, a la ira, a la falsedad y a la exageración.

Twitter, que en 2023 cambió de nombre a “X”, es una de las redes sociales más populares. En ella las personas se comunican mediante publicaciones cortas de 280 caracteres llamados “Tweets”. Estos pueden incluir textos, fotos, videos y enlaces.

Allí se dan grandes intercambios de opiniones y se realizan debates en tiempo real, de forma inmediata y en pocos caracteres. La novedad está en la nueva forma de comunicación de las redes. En el pasado, la comunicación era unidireccional, es decir, el emisor transmitía un mensaje al receptor y este último lo recibía pasivamente. Actualmente en las redes, se sigue el modelo comunicacional en el que hay emisores y receptores pero también son más interactivas y bidireccionales. Por un lado, porque hay un doble canal en la cual el emisor establece un contacto y el receptor responde inmediatamente o puede haber más de un sujeto en el mismo ámbito (Intercom 2007). Por el otro, ambos pueden ser emisores, por medio de compartir o “Retuitear” la información, aumentando significativamente el alcance y su difusión (Bustos Díaz, Ruiz del Olmo, 2019).

Además, esta red social posee una sección llamada “Tendencias” en las que se hace un listado de las palabras más utilizadas en las últimas horas, lo que posibilita que más personas interactúen con los tweets que contienen esa palabra. Esto le da un poder de viralización e influencia social significativo y es de las redes de mayor difusión de información en tiempo real (Congosto et al., 2011).

Hay una gran diversidad de personas entre sus usuarios, hay deportistas, investigadores, académicos, cuentas gubernamentales, organizaciones internacionales, medios de comunicación y personajes políticos, medios confiables y otros no tanto. Debido a su popularidad y alcance, en muchas ocasiones ha sido elegida para hacer comunicados de forma inmediata y directa con los usuarios.

En Argentina en febrero de 2023, el número de usuarios activos mensuales de X superó los 7,5 millones (Statista, 2023). Además de esto, gran cantidad de medios tradicionales utilizan información o comunicados que son posteados en dicha red social. Es por esto, que en el contexto actual, en el que hay un uso masivo de redes sociales, García (2018), postula que Twitter e Instagram sirven como herramienta de comunicación política ya que para los actores políticos en un periodo de campaña electoral, se les hace indispensables en sus estrategias de comunicación, porque les permiten lanzar sus propios mensajes y relacionarse más fácilmente con las personas. Además, su investigación determinó que los políticos utilizan las redes sociales especialmente como un canal de autopromoción y los ciudadanos, en cambio, lo utilizan como una vía para criticar y mostrar su descontento con la política.

Como ya se planteó anteriormente, los cambios sociales y culturales que se originaron por el aumento de las tecnologías, llevaron a las personas a vivir en un contexto de sociedad de la información (Bell, 1973, como se citó en Burch, 2005). En esta, el acceso a la información está facilitado, tanto por las nuevas posibilidades de producir la información como también por la facilidad de distribuirla (Miñones Crespo 1999). Según investigaciones entre los 3 años de 1999 y 2002, se creó más información que en toda la historia de la humanidad, dando un

aumento del 30% anual (Lyman Y Varian, 2003, como se citó en Tovilla y Trujano, 2016).

Pese a los beneficios que otorga esta facilidad de acceder a la información, pueden plantearse diversos efectos contraproducentes. Uno de ellos, fue postulado por primera vez por Ackoff en 1967 que planteó que las afecciones que tenían las personas que utilizaban sistemas de información, no eran causadas por la falta de información sino por la sobrecarga irrelevante de la misma (Ackoff, 1967, como se citó en Miñones Crespo, 1999). En la misma época, Toffler planteó el concepto de “*Information overload*” el que, en español, sería “sobrecarga de información”. Este concepto pronosticaba que en el futuro las personas iban a sufrir no por la ausencia de información sino por el exceso de ellas, lo que iba a producir principalmente, parálisis por indecisión a tanta cantidad de opciones (Toffler, 1970, como se citó en Cardenas & Medina, 2022).

En la actualidad, a este fenómeno se lo denomina como infoxicación, ansiedad informativa, ansiedad informacional, fatiga informativa, sobrecarga informativa, sobredosis de información o infobesidad (Cárdenas & Medina, 2022).

La infoxicación es definida actualmente como un problema que no es tecnológico, sino de orden cultural o psicológico, sociológico. Esto ocurre cuando el exceso de información produce angustia por acceder a más información de la que se puede manejar. Es decir, no se tiene tanto tiempo para absorber toda esta información (Cornella, 2000). Esto es causado en gran medida por los pocos filtros para seleccionar la información que se quiere y el consumo descontrolado de información, que hacen que se le dedique la mayor parte del tiempo a información irrelevante, que aporta poco y que proviene de fuentes desconocidas y desconfiables (Castellanos et. al 2016).

Según Parra-Medina y Alvarez Cervera, la sobrecarga informativa es entendida como la situación en la que la cantidad o la intensidad de información exceden la capacidad limitada de procesamiento cognitivo del individuo (Parra-Medina & Alvarez Cervera 2021). Esto hace que los individuos se sientan abrumados y tengan dificultades para procesar toda la información que reciben, lo que conduce a un procesamiento ineficaz de la información. La información instantánea de todo el mundo, que se entremezcla con la información local, con actuales y del pasado, con historias verdaderas y falsas, genera en las personas una saturación informacional muy por encima de las capacidades cognitivas de los humanos. Estos, no pueden retener toda la información que se recibe y genera errores, olvidos y niveles elevados de ansiedad (Linares Salgado, 2018).

Otro de los efectos, es lo que postula Herber Alexander Simón que planteó que la abundancia de información crea una pobreza de atención y transforma en un bien escaso (Simón, 1971).

Su origen se cree que es multifactorial, puede ser una combinación de elementos personales como la hora del día, calidad de sueño, motivación, satisfacción, experiencia personal y principalmente características de la información, como la cantidad de

elementos informativos o la mala calidad (Eppler, 2004, como se citó en Parra Medina, 2021). Este último, es causado por fuentes de información, artículos y blogs confusos o malintencionados que producen lo que se llama desinformación, entendida como la presencia de información falsa o incorrecta que tiene como objetivo engañar y confundir (Organización Panamericana de la Salud, 2020, como se citó en Parra Medina 2021).

Uno de los mayores efectos negativos, es lo que la teoría cognitiva define como ansiedad. Esta es una emoción que se relaciona estrechamente con el miedo. El miedo es una emoción básica y adaptativa que se produce ante un estímulo que representa una amenaza para la propia seguridad física o psíquica. En este sentido, el miedo alerta a los seres vivos sobre la presencia de un peligro y les motiva a tomar medidas defensivas (Beck, 2013).

La ansiedad se corresponde con una respuesta emocional, provocada por el miedo que se orienta al futuro y se caracteriza por percepciones de incontrolabilidad e impredecibilidad con respecto a sucesos potencialmente aversivos, con un cambio rápido en la atención hacia el foco de acontecimientos potencialmente peligrosos o hacia la propia respuesta afectiva ante tales sucesos (Barlow, 2002).

Estos autores, consideran que la ansiedad es una respuesta subjetiva general frente al estímulo del miedo. Podemos señalar dos expresiones de la ansiedad, una adaptativa que es la reacción de supervivencia presente en el conjunto de los seres vivos y otra, patológica, presente en los trastornos de ansiedad. La ansiedad patológica, entonces, se diferencia de la normal porque es desadaptativa, persistente en el tiempo, se presenta incluso en ausencia de una amenaza y tiene una alta intensidad que resulta desproporcionada para el estímulo desencadenante (Beck, 2013).

Según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (Asociación Americana de Psiquiatría, 2014), los trastornos de ansiedad “son los trastornos que comparten características de miedo y ansiedad excesivas, así como alteraciones conductuales asociadas”, siendo la ansiedad una respuesta anticipatoria a una amenaza futura (p.189).

Este trastorno se caracteriza principalmente por síntomas físicos y psicológicos tales como preocupaciones excesivas y persistentes, inquietud, dificultad para concentrarse o pensar con claridad, irritabilidad, fatiga, problemas para dormir, tensión muscular entre otras (p.222).

Del mismo modo, Spielberger (1972) considera que hay que diferenciar la ansiedad como estado emocional y la ansiedad como rasgo de personalidad. Es por esto, que postula la Teoría de Ansiedad Estado-Rasgo. La ansiedad-estado, según Spielberger es un “estado emocional” inmediato, modificable en el tiempo, caracterizado por una combinación única de sentimientos de tensión, aprensión y nerviosismo, pensamientos molestos y preocupaciones, junto a cambios fisiológicos. Por otro lado, la ansiedad-rasgo son las diferencias individuales de ansiedad relativamente estables. La ansiedad-rasgo no se manifiesta direc-

tamente en la conducta y se infiere por la regularidad con la que un individuo experimenta aumentos en su estado de ansiedad. En este sentido, los sujetos con alto grado de ansiedad-rasgo perciben un mayor rango de situaciones como amenazantes y están más predispuestos a sufrir ansiedad-estado de forma más frecuente o con mayor intensidad.

En resumen de lo expuesto anteriormente, la ansiedad es una emoción adaptativa, es una manifestación normal de la ansiedad como estado, es saludable que las personas la tengan, ya que preparan al cuerpo para una posible amenaza orientada al futuro, que se caracteriza por percepciones de incontrolabilidad e impredecibilidad. Este sería el caso de la ansiedad adaptativa. Lo patológico o el trastorno de ansiedad, empieza a considerarse cuando esta activación fisiológica se manifiesta en exceso y se caracteriza por una presencia de activación en exceso en ausencia de una amenaza o de forma desproporcionada al estímulo desencadenante.

Esta investigación, propone realizar un recorte poblacional basándose en su rango etario o lo que Howe y Strauss (1991) plantean como “generaciones”. Estos autores las definen como conjuntos de personas de un grupo etario particular, que nacieron en un periodo de tiempo específico. Estas, tienden a diferenciarse con las distintas generaciones en sus creencias, actitudes, valores y comportamientos explicados por la forma en cómo crecieron y el momento particular de la historia que les toca vivir. Este concepto refiere a la organización y separación en grupos por un rango de años, los cuales se han enfrentado a contextos culturales, políticos y sociales similares (Díaz-Sarmiento et al., 2017).

Oblinger (2003) clasifica las generaciones en cinco categorías; la generación Madura, que son los nacidos hasta 1946, los Baby Boomers, los nacidos entre 1947 y 1964, (59 a 76 años) la generación X compuesta por los nacidos entre 1965 y 1980 (43 a 58 años), la generación Y también conocida como Millenials compuesta por los nacidos entre 1981 y 1995 (28 a 42 años) y la generación Z compuesta por los nacidos entre 1996 y 2007 (27 a 16 años). Es necesario mencionar que, diversos autores presentan sus clasificaciones de las generaciones con algunas modificaciones en nombres de las generaciones y rango de edad. Hay diversas clasificaciones que difieren de los años de nacimiento de cada generación, lo más importante es identificar a los grupos y diferenciarlos por los contextos históricos y sociales que marcan su personalidad y su accionar (McGinnis & Ng, 2015). En este caso, en el contexto de esta investigación, se seleccionó personas comparten el atravesamiento del uso de estas nuevas tecnologías de la información y que viven en un contexto de elecciones presidenciales.

En este caso, se decidió hacer un recorte metodológico y utilizar a las personas de la generación Z, también conocida como centennials. Este es el grupo de personas nacidas entre mediados de la década de 1990 y principios de la década de 2000. Se caracterizan por haber crecido en un mundo digital y por estar

familiarizados con la tecnología desde una edad temprana ya que, tal como plantean diversos autores se considera que están internacionalmente conectadas, tienen capacidad de respuesta rápida y esto hace de un deseo de inmediatez y de interacción continua (Pérez-Escoada, et. al., 2016). Además, tienen preferencia por la información visual y un fácil desenvolvimiento en entornos digitales, ya que se encuentran ampliamente acostumbradas a lo inmediato de la información (Chavez & Barrera 2018). Todo esto está facilitado ya que la mayoría crecieron con la existencia de los teléfonos inteligentes, no conocen el mundo sin ellos y tampoco sin las redes sociales.

El aumento de las nuevas tecnologías y la aparición de las redes sociales, generó un gran acortamiento de distancias, acompañado de un fácil acceso a una comunicación rápida, instantánea y sin espera. Es por esto que en los últimos años también han aumentado en gran cantidad los estudios que decidieron investigar sobre los beneficios y los perjuicios que producen las redes sociales y las tecnologías, en distintos aspectos de la vida de las personas. Uno de los importantes retos y problemas en ellas, es el ya mencionado que está relacionado con la sobrecarga o exceso de información, también llamado Infoxicación.

En relación a esto, Parra Medina y Alvarez Cervera (2021) realizaron una investigación sobre la sobrecarga informativa a la que definen como la situación en la que la cantidad o la intensidad de información, exceden la capacidad limitada de procesamiento cognitivo del individuo. También, determinaron los efectos que produce en las personas, estos son, estrés, trabajo ineficiente, la omisión de cosas importantes, un mayor retraso al tomar decisiones, confusión, ansiedad, tensión cognitiva, desmotivación, dificultad para seleccionar información relevante, utilización de estrategias de búsqueda de información poco efectivas, análisis superficial de la información y mala interpretación de la misma. Concluyeron que para evitar esto, se debe mejorar la gestión de los recursos cognitivos y comprender su relación con la tecnología. También, mejorar cómo se gestiona la información utilizando mejores filtros y teniendo siempre en cuenta las limitaciones que tienen las capacidades cognitivas humanas en todos los ámbitos y su relación con la tecnología. Por último, también recomiendan limitar las fuentes de información para evitar leer reiteradamente las mismas noticias que contradicen las diferentes posturas

En otras investigaciones, Loor-Cabal y otros investigadores de la Universidad Técnica de Manabí en Ecuador, buscaron identificar en qué medida la infoxicación digital impacta en la salud mental de los docentes (Loor- Cabal et al., 2022). En este caso, tomaron de muestra a 16 docentes de la carrera de Trabajo Social de la Universidad Técnica de Manabí. Luego del análisis e interpretación de los resultados, se puede concluir que pese a las numerosas ventajas que les brinda la utilización de internet, la mayoría de los docentes se encuentran infoxicados, ya que algunos llegan a presentar episodios de estrés, se sienten ago-

biados o consideran que les falta tiempo para leer toda la información que se genera y que en ocasiones resulta inmanejable (Loor- Cabal et al., 2022).

Castellanos et al. (2016) de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia, analizaron la sobrecarga de información en una muestra de 45 personas entre 18 y 48 años de la ciudad de Bogotá. A esto, lo entienden como la situación en la que se tiene más información para procesar de la que es posible y por esto, surgen estados de ansiedad. Para analizar esto, utilizaron un cuestionario de 20 preguntas que buscaban medir el impacto de infoxicación o sobrecarga informacional en la población de muestra. Los resultados demostraron un alto índice de dependencia con las nuevas tecnologías, además de encontrarse con que la muestra estaba inmersa en el excesivo consumo de información y en el uso exacerbado de redes sociales, con grandes dificultades por los pocos filtros que utilizan para seleccionar qué información se desea obtener.

Por último, En Estados Unidos, Mukhopadhyay, analizó el impacto de las elecciones presidenciales del 2020 de los Estados Unidos (2022). Utilizaron una encuesta de respuesta rápida, transversal repetida y representativa a nivel nacional, que se realizó semanalmente desde abril a julio de 2020 y luego quincenalmente durante 40 rondas entre abril y julio del 2020 y diciembre de 2021. Esta, obtuvo como resultados que los síntomas autoinformados de ansiedad y depresión aumentaron de manera constante hasta las elecciones presidenciales y disminuyeron después de las elecciones. Permitiendo afirmar que las elecciones presidenciales son un gran factor productor de síntomas de ansiedad en las personas.

Objetivo General

El presente trabajo tiene como objetivo la investigación sobre la red social "X" y su relación con la sobrecarga de información en el contexto de elecciones presidenciales nacionales en Argentina durante el 2023.

Objetivos Específicos

1. Analizar la razón de uso y su relación con la red social X.
2. Conocer la percepción que tienen las personas de la generación Z respecto a la infoxicación por la cantidad de información política que circula en la red social X
3. Analizar en qué medida están presentes los efectos de la sobrecarga de información desde la red social X y si son asimilables a los que plantean las teorías y las diversas investigaciones.
4. Identificar la actitud y el comportamiento de las personas ante el exceso de información recibida en la red social X.

Hipótesis

El uso de X en un contexto electoral, genera un estado de "infoxicación" o sobrecarga de información, que produce malestar y niveles elevados de ansiedad en sus usuarios.

Metodología

En este trabajo, se utilizó un diseño de enfoque mixto que implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta para lograr un mayor entendimiento del fenómeno de las experiencias personales de los usuarios con la sobreinformación en X., (Hernández Sampieri et al., 2014).

Es una investigación no experimental y de corte transversal descriptivo, ya que se buscará describir las características de una población, en este caso usuarios de X, en un momento específico, como el contexto de elecciones nacionales.

Instrumento

Hasta la fecha no existe una forma de medición de la sobrecarga de información, ni ningún modelo que explicara cómo se da este tipo de afectación en el sujeto por la exposición a exceso de información. Por este motivo, se diseñó un instrumento que mida los síntomas ocasionados por la incapacidad de procesar este exceso de información.

El instrumento está compuesto por treinta y dos ítems. Cuatro de ellos son preguntas abiertas que permiten obtener información cualitativa. Veintiocho son preguntas cerradas de opción múltiple de tipo escala Likert, que se subdividen en tres preguntas con opciones no excluyentes y veinticinco que sí lo son. Entre las veinticinco preguntas excluyentes, se tomaron trece preguntas del inventario del Inventario de Ansiedad Estado-Rasgo (State-Trait Anxiety Inventory, STAI) de Spielberger y Díaz-Guerrero (1987) para analizar la ansiedad estado de las personas. Estas poseen cuatro opciones de respuesta: “Nunca, algo, bastante y mucho» (Spielberger 1987).

El resto de las preguntas, se realizaron en base a la información expuesta anteriormente y en otros trabajos que investigaron la misma problemática. Las mismas recabaron información sobre datos sociodemográficos, como la edad, género y lugar de residencia. También, distintas preguntas sobre cómo se percibe la información leída en la red social “X”, cómo es su estado luego de pasar mucho tiempo en la red social con exposición a información y cómo reaccionan ante esta sobrecarga informativa.

Participantes

Se encuestó a 184 personas. El 30% refiere ser del género masculino, el 69% refiere ser del género femenino y el 1% restante se reconoce como no binario.

En cuanto al recorte sociodemográfico el 17% refiere ser de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el 83% refiere ser del Gran Buenos Aires. Estas personas debían ser mayores de 18 años y menores de 27 años. Las edades fueron subdivididas en categorías, tal como lo plantean Chavez y Barrera (2018). El 20% refiere tener entre 18 y 22 años y el 80% tiene entre 23 y 27 años. Ambos, están dentro de la generación de centennials o de la generación Z.

Procedimiento

El instrumento de recolección de datos se aplicó de manera autoadministrada, su distribución fue vía online a través de la plataforma Google Forms (<https://docs.google.com/forms/>). La encuesta fue compartida por grupos de Whatsapp, Instagram y X. Además, fue re-posteada por amigos y conocidos. Al cabo de una semana, se lograron obtener 184 respuestas.

Presentación y análisis de resultados.

Resultados

Tabla 1 : Distribución de la muestra según Conocimiento de un término.

¿Sabe lo que es la sobrecarga de información?	Porcentaje %
Si	70%
No	30%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 3 : Distribución de la muestra según Fuente para adquirir información.

Fuente más utilizada.	Porcentaje %
Redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook)	97%
Navegadores o sitios web.	43%
Televisión.	33%
Diarios online o físicos.	20%
Radio	14%
Otro.	1%

Nota: las categorías no son excluyentes.

Tabla 2: Relevamiento sobre un concepto.

“¿Qué es la sobrecarga de información?”	Porcentaje (%)	Ejemplos:
Exceso de información/estímulos	47%	“Info por todos lados”; “Recibir información en exceso.”
Sobrepasar límites	18%	“Estar expuesto a más información de la que podemos asimilar”; “Demasiada información para lograr procesar en poco tiempo”
Producto de los medios.	10%	“La manera en que los medios (sean digitales, televisivos u otros) exponen las noticias. Lo relaciono también con convertirse en una prensa amarillista”
Información falsa o redundante.	9%	“Tener demasiada información inútil” “Recibir diferentes versiones de una misma noticia”
Produce efectos negativos.	8%	“Supongo que tiene que ver con la excesiva cantidad de información sobre un tema que termina confundiendo”; “Adquirir más información de lo necesario lo que provoca ansiedad en la persona por no poder hacer nada al respecto con la realidad”
Nulo.	8%	“Quieres” “. ”
Mucho saber	3%	“Saber de más” “Tener mucha información “

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 4 : Distribución de la muestra ante opinión.

“¿Qué piensa sobre la cantidad de información que circula en la actualidad?”	Porcentaje (%)	Ejemplos:
Muchas noticias falsas, sin verificar o manipuladas, que confunden y desinforman.	47 %	“Hay muchísima info y hay muchísima mala información. Información manipulada o simplemente inexistentes” “Mucha fake new” “Que en vez de informar muchas veces desinforma” “Que confunde más que informar y qué hay verificar muchas veces antes de cualquier cosa”
Es positivo, pero hay que saber gestionarla.	21%	“Me gusta que la gente esté informada, es importante”, “Me parece excelente, siempre y cuando sean fuentes confiables y verídicas”
Excesiva e innecesaria	18%	“Es excesiva y de tanta cantidad disponible a veces no terminas informándote bien” “Es demasiado”
Peligrosa, nociva.	10%	“Son muy extremistas y quizá a veces hasta te asustan” “Genera ansiedad”
Nulo.	4%	“Estamos todos locos” “ ”

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 5 : Distribución de la muestra según la justificación por la que usan X

Principal razón por la que usa X.	Porcentaje %
Entretenimiento/ ver memes	42%
Estar al día informarse rapido y facil.	38%
Socializar, Expresarse, ver debates y opiniones.	16%
Nula	4%

Nota: las categorías son excluyente.

Tabla 6 : Distribución de la muestra ante Confianza en este medio.

¿Confía más en este medio que en otros?	Porcentaje (%)
No	71% [112]
Si	39% [72]

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 7 : Distribución de la muestra según justificación de la tabla 6

Justificación de por que no confían en X [N= 112]	Porcentaje %	Ejemplos.
Hay muchas noticias falsas.	42% [47]	“Porque no todo lo que vemos es cierto.” “Muchas fake news”
Se suben opiniones/pura subjetividad/ No hay fuentes.	30% [34]	“Porque cualquier persona puede escribir algo que no proviene de fuentes oficiales “; “Porque todo es subjetivo”
No confío en ninguno/son todos iguales.	21%[24]	“No confío en ningún medio” “No confío en ningún medio de comunicación al 100% sin una cuenta oficial de confianza”
Nulo.	5%[6]	“No”; “no se usarlo muy bien.”
Mucho odio/agresión.	4%[4]	“Hay demasiado odio “; “Porque es una app muy agresiva “

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 8 Distribución de la muestra según justificación de la tabla 6

Justificación de por que si confían en X. [N=72]	Porcentaje %	Ejemplos
Es más directo, sin filtro y sin edición.	36% [26]	“Porque es más directo”; “porque la información llega mucho más rápido, incluso hay periodistas o comunicadores que primero publican la información que tienen ahí y luego en los medios de comunicación tradicionales. Si me quiero informar de algo, lo primero que hago es abrir Twitter y buscarlo “
Te permite chequear/ la gente discute y desmiente	26%[19]	“Porque logro chequearlo de una”; “Confío en twitter porque cuando se difunde una noticia falsa, alguien siempre comenta que es algo falso. Además puedes buscar una palabra y ver quienes twitteen sobre eso en ese momento, por ejemplo, demoras en el transporte publico. Busco el nombre del tren y me aparecen los últimos tweets al respecto y me ayudan a ver la situación.”
Hay fuentes confiables	26%[19]	“Sigo comunicadores de “confianza””
Nula	11%[8]	“F” ; “No se”

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 9 : Distribución de la muestra ante la frecuencia de ver información política negativa

¿Con cuánta frecuencia?	Porcentaje (%)
Nula	2%
Poco frecuente	8%
frecuentemente	26%
Muy frecuentemente	35%
Excesivamente frecuente	30%

Nota: las categorías son excluyente.

Tabla 10 : Distribución de la muestra según acciones realizadas por el exceso de información

Acciones realizadas.	Porcentaje %
Pasar mucho tiempo leyendo discusiones o debates.	48%
Cerrar la aplicación/tomar un descanso.	40%
Bloquear usuarios.	33%
Silenciar palabras específicas.	22%
Responder/ Reaccionar	18%
Ninguna de ellas.	15%
Desinstalar la aplicación	8%
Otra	4%

Nota: las categorías son excluyente.

Tabla 11 : Distribución de la muestra según opinión sobre X

¿Considerás que actualmente hay mucho contenido catastrófico en X?	Porcentaje %
Sí	76%
No	24%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 12 : Distribución de la muestra ante Dificultades para dormir

“En el último tiempo ¿Ha presentado dificultades para dormir pensando en cosas que leyó en X?”	Porcentaje (%)
Con ninguna frecuencia	60%
Con muy poca frecuencia	19%
Con poca frecuencia	10%
Con frecuencia	7%
Con mucha frecuencia	4%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 13 : Distribución de la muestra según sentimiento de fastidio por el exceso información.

¿Qué tan seguido se ha sentido fastidiado por el exceso de información?	Porcentaje %
Con ninguna frecuencia	19%
Con muy poca frecuencia	17%
Con poca frecuencia	24%
Con frecuencia	28%
Con mucha frecuencia	13%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 14 : Distribución de la muestra ante de sentimientos de ansiedad ante el exceso de información.

Con qué frecuencia se ha sentido ansioso por el exceso de información?	Porcentaje (%)
Con ninguna frecuencia	29%
Con muy poca frecuencia	17%
Con poca frecuencia	17%
Con frecuencia	27%
Con mucha frecuencia	10%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 15 : Distribución de la muestra según utilización de alertas

¿Utiliza alertas en el celular que le avisan el tiempo que pasa en X o en otra red social?	Porcentaje %
Nunca	59%
Pocas veces	18%
A menudo	10%
Casi siempre	4%
Siempre	8%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 16 : Distribución de la muestra ante reconocimiento de estados luego de usar X

Me siento irritable o tengo ataques de furia. "	Porcentaje (%)
Siempre	3%
La mayoría de las veces sí	7%
Algunas veces sí y algunas veces no	29%
La mayoría de las veces no	19%
Nunca	42%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 17 : Distribución de la muestra según reconocimiento de estados luego de usar X

"Tengo dificultades para concentrarme"	Porcentaje %
Siempre	11%
La mayoría de las veces sí	17%
Algunas veces sí y algunas veces no	34 %
La mayoría de las veces no	15%
Nunca	28%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 18 : Distribución de la muestra ante reconocimiento de estados luego de usar X

"Me siento tenso"	Porcentaje (%)
Siempre	6%
La mayoría de las veces sí	19%
Algunas veces sí y algunas veces no	27%
La mayoría de las veces no	20%
Nunca	28%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 25 : Distribución de la muestra según reconocimiento de estados luego de usar X

Tengo sentimientos de desesperanza	Porcentaje %
Siempre	23%
La mayoría de las veces sí	24%
Algunas veces sí y algunas veces no	22%
La mayoría de las veces no	15%
Nunca	16%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 26 : Distribución de la muestra ante reconocimiento de estados luego de usar X

Tengo sentimientos de hipervigilancia (buscar más información"	Porcentaje (%)
Siempre	11%
La mayoría de las veces sí	22%
Algunas veces sí y algunas veces no	26%
La mayoría de las veces no	16%
Nunca	25%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 27 : Distribución de la muestra según respuesta de elección múltiple.

Con qué palabras se identifica más luego de consumir información en X	Porcentaje %
Preocupación	57%
Ansiedad	33%
Diversión	33%
Cansancio	26%
Miedo	23%
Irritabilidad	20%
desinterés	20%
Angustia	18%
Tristeza	13%
Esperanza	9%
Optimismo	7%
Entusiasmo	5%
Alegría	4%
Otros	8%

Nota: las categorías no son excluyentes

Tabla 28 : Distribución de la muestra ante

“¿Se siente abrumado por la cantidad de información política que se cruza en X?”	Porcentaje (%)
Siempre	13%
Casi siempre	22%
A menudo	35 %
Pocas veces	22%
Nunca	7%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 35: Distribución de la muestra según descripciones propias luego de usar X

Luego de utilizar X, me siento preocupado por posibles desgracias futuras	Porcentaje %
Nada	17%
Algo	30%
Bastante	41%
Mucho	12%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 36 : Distribución de la muestra según descripciones propias luego de usar X

“Luego de utilizar X me siento angustiado”	Porcentaje (%)
Nada	48%
Algo	34%
Bastante	14%
Mucho	4%

Nota: las categorías son excluyentes.

Tabla 39 : Distribución de la muestra según descripciones propias luego de usar X

“Luego de utilizar X me siento preocupado.”	Porcentaje %
Nada	30%
Algo	31%
Bastante	30%
Mucho	4%

Nota: las categorías son excluyentes.

Análisis y Discusión

El primero de los objetivos buscaba analizar la razón de uso y su relación con la red social X. Los centennials, (Perez Escoada et al., 2016) tienen como medio predilecto para adquirir información a las redes sociales, con un 97% de aceptación (179 de 184 respuestas). Luego le siguen los navegadores web con un 43 % (63 respuestas) y la televisión (ver tabla 3).

En cuanto a la consulta del por qué elegían la red social X, la principal elección fue “por diversión y por los memes” pero también destacan su “rapidez y la facilidad que se tiene para

informar, para socializar, expresarse y ver debates” (ver tabla 5). Esto coincide con lo planteado por Chavez y Barrera (2018) con respecto a su preferencia por información visual y su interés por lo inmediato de la información, ocasionado por crecer con la existencia de estas tecnologías.

Esta predilección por informarse rápido, también coincide con esta nueva forma de informarse de las personas de esta generación en la que, mayormente, no hay una espera sino que por sus propios medios se informan en otras redes más rápidas. Esto demuestra el deseo de inmediatez y de interacción continua que

plantean Pérez-Escoada, et al (2016). También es característico de lo que Bauman (2005) llama “Modernidad líquida”. En este sentido, los sujetos por la falta de estabilidad y la gran incertidumbre buscan cotidianamente informarse, se refugian en sí mismos o en artefactos que le permiten acceder a la información para poder hacerse de esa seguridad que ya no existe.

Respecto al segundo objetivo, en el que se buscaba conocer la percepción que tienen las personas de la generación Z respecto a la sobrecarga de información, se encontró que pese a que el 70 % dice saber lo que es (Ver tabla 1) pero al consultarle por este concepto, la gran mayoría habló meramente sobre un exceso de información (47%), otra parte habló sobre la presencia de limitaciones en la atención que son sobrepasadas por las noticias (18%) tal como lo plantean los autores (Parra Medina y Alvarez, 2021; Eppler y Mengis, 2004; Linares Salgado, 2018; Cornella, 2000; Toffler, 1970; Simón 1971). Solo el 8 % mencionó síntomas negativos, tales como la ansiedad o el cansancio (ver tabla 2). Esto podría demostrar que hay un desconocimiento y una falta de atribución de los síntomas negativos que produce el consumo de información en exceso tal como lo plantea Parra-Medina & Alvarez Cervera (2021). Esto es relevante, ya que así como lo plantea este autor, para reducir los efectos de la sobrecarga informativa, se debe tener en cuenta las limitaciones que tienen las capacidades cognitivas humanas en todos los ámbitos y su relación con la tecnología, pero también se le debe atribuir asignar el malestar percibido a esta sobrecarga. Esto coincide con los resultados ante la pregunta 4 que refiere a la cantidad de información que se presenta en los medios. Con esto se observó que el 47% de las personas referenció críticas y reclamos ante la falsedad y la manipulación de la información. Esto demuestra la conciencia respecto a la desinformación en redes sociales, entendido como la presencia de información falsa o incorrecta que tiene como objetivo engañar y confundir (Organización Panamericana de la Salud, 2020, como se citó en Parra Medina 2021). Por otro lado, el 21 % mostró su conformidad ante esta gran cantidad de información, ya que permite que la información esté al alcance de todos, coincidiendo lo que planteado sobre que cualquiera pueda crear y acceder a aquello que busca (Intercom 2007). Por su parte, otro 18% habla simplemente de lo excesivo y por último, en consonancia con los números del análisis anterior, solo el 10 % plantea la peligrosidad y los efectos que produce, tales como la ansiedad, el miedo o la preocupación (ver tabla 4).

Retomando a la problemática de la veracidad, esto es algo que recorrió la mayoría de la encuesta. Ante la pregunta sobre la confianza en la red social “X” el 71% respondió que no confía y el 39% comenta que sí lo hace (Ver tabla 6).

Entre las justificaciones para la desconfianza a esta red social, se encuentra la cantidad de noticias falsas (42%) y la presencia excesiva de opiniones subjetivas (34%). Esto, va de la mano tal como lo plantea Orihuela, como las múltiples voces que produ-

cen y difunden información por estos medios (2002) y lo que plantea Nunes sobre la limitación de la objetividad en redes sociales (1997) También, hay un porcentaje en el que afirma una desconfianza generalizada a todos los medios de comunicación (21%) (ver tabla 7). Esto es relevante y demuestra niveles de infoxicación presentes en esta red social, ya que una de las señales de niveles elevados de infoxicación, es la imposibilidad de distinguir los discursos verdaderos y falsos ocasionados por la gran cantidad de información disponible (Linares Salgado 2018). De forma inversa, las personas confían en esta plataforma por la falta de intermediarios y por la comunicación sin edición que la caracteriza (36%). Esto coincide con la desconfianza generalizada hacia los medios de comunicación y el aumento de la confianza en los individuos pares (García Del castillo, 2013 ; Intercom 2007). También confían por la presencia de discusiones que permiten cuestionar la veracidad de la información (26%). Por último, también refieren a que es una red social con alta presencia de fuentes confiables (26%) (Ver tabla 8).

Con respecto al tercer objetivo, los autores plantean que la sintomatología que más se presenta es la ansiedad elevada y la atención disminuida (Parra-Medina & Alvarez Cervera, 2021; Simón, 1997).

La ansiedad por un lado, se caracteriza por percepciones de incontrolabilidad e impredecibilidad con respecto a sucesos potencialmente aversivos, con un cambio rápido en la atención hacia el foco de acontecimientos potencialmente peligrosos o hacia la propia respuesta afectiva ante tales sucesos (Barlow, 2002). Tal como sucedió en la investigación de Estados Unidos (Mukhopadhyay,2022, los encuestados comentan niveles de ansiedad autopercebida frecuentes (ver tabla 14). También, hay una alta puntuación en preocupación por posibles desgracias futuras luego de utilizar X, en la que el 12% de los encuestados refieren mucha, el 41% bastante preocupación, el 30% poco y solo el 17% ningún tipo de preocupación (Ver tabla 35). También, se observan sentimientos de desesperanza, ya que el 23 % considera que luego de utilizar X siempre posee estos sentimientos, el 24% considera que la mayoría de las veces y solo el 31 % informa que mayormente no los tiene (ver tabla 25).

Por el lado de la atención, se evidencia una presencia de alteración en ella, ya que el 62% comenta tener en distintas medidas dificultades para concentrarse luego de usar X (ver tabla 17).

Podemos inferir que es causado por la alta percepción de frecuencia de información política negativa (Ver tabla 9), también de contenido catastrófico (Ver tabla 11) y por la sobreabundancia de la misma (Ver tabla 28).

En consonancia con dichos resultados, en la tabla 27, se les preguntó por las palabras que identifique mejor su estado luego de utilizar “X” en la actualidad. Las personas eligieron las palabras “preocupación” (57%), ansiedad (33%) y diversión (33%) y dejando para las menos elegidas “entusiasmo” (5%), “esperanza” (9%) y “alegría” (4%) (Ver tabla 27).

Si bien, la ansiedad es una emoción normal y adaptativa, ya que al relacionarse con el miedo y prepara al individuo ante una situación amenazante que se orienta en el futuro, También puede derivar en ansiedad patológica desadaptativa (Beck, 2013; Barlow 2002). Esta, según el DSM, se caracteriza por ser excesiva y persistente, en la que predomina la inquietud, la dificultad para concentrarse o pensar con claridad, la irritabilidad, la fatiga, problemas de insomnio, tensión muscular, entre otras (DSM, 2014) En el caso de los encuestados, no se es relevante las dificultades para dormir (Ver tabla 12) Tampoco se observa fastidio (Ver tabla 13) ni tampoco estados de irritabilidad (Ver tabla 16) ni de angustia (ver tabla) Si se encuentran por momentos sentimientos de tensión (ver tabla 18) y de preocupación (Ver tabla 39)

Siguiendo las recomendaciones, al identificar la actitud y el comportamiento de las personas ante el exceso de información recibida en la red social X, los encuestados respondieron que al tener una sobrecarga de información, pasan más tiempo leyendo discusiones o debates (48% 89 respuestas). Esto coincide con lo que plantea Linares Salgado(2018) respecto a que el anhelo satisfecho-insatisfecho genera el consumo compulsivo. Ante el malestar generado por la incertidumbre y el exceso de información, se genera un vacío que las personas buscan llenar y calmar el malestar con más consumo compulsivo de información (1999, como se citó en Intercom, 2007). También, cierran la aplicación y se toman un descanso (40% 74 respuestas), bloquean usuarios (33%- 61 respuestas) y silencian palabras específicas (22% - 41 respuestas) (ver tabla 10).

Ante la pregunta sobre si utilizan alertas para que les avise sobre un uso desmedido en alguna aplicación, el 59% comentó que nunca y solo el 12% respondió que usa casi siempre o siempre, esto demuestra que no es una herramienta muy utilizada y que la gente no pone un límite concreto y digital al uso de las redes sociales.

Conclusiones

En muchas ocasiones, las redes sociales y principalmente X se volvieron una herramienta muy importante en la política como para los usuarios.

Por un lado es esencial para comunicarle a la comunidad de forma inmediata y sin ningún filtro ni interventores, las posturas y argumentos apropiados a sus ideales y por el otro también sirvió para informarse, debatir y cuestionar las posturas de cada uno. La red social X es la principal fuente de información para la generación Z, es elegida por su rapidez, facilidad de uso y el entretenimiento que otorga.

En este trabajo, pese a que no debería ser concluyente para el diagnóstico de ningún trastorno psicopatológico, se ha intentado analizar si en un contexto de elecciones presidenciales, la sobrecarga de información ocasionada por el uso de X, repercute en las personas de forma negativa y si se percibe su

síntoma principal, la ansiedad. La hipótesis planteada pudo ser corroborada, ya que es posible identificar sintomatología expresada en ansiedad y preocupación. Sin embargo, es importante destacar que a pesar de que las personas tenían conocimiento sobre la problemática del exceso de información y su falta de verificación en dicha red social, la mayoría no considera que dicha sintomatología sea causada por esta.

Este consumo de información en exceso es posible atribuirlo a la incertidumbre e inestabilidad del contexto, en el cual mediante las elecciones presidenciales, se juegan dos modelos distintos de país. La sobrecarga de información es el medio por el cual los usuarios de la red social X buscan calmar el malestar producido por la incertidumbre y la fragilidad del futuro. A costa de esto, generan niveles elevados de ansiedad e ideación catastrófica sobre el futuro.

Ante esto, es importante la presencia de la psicología en este terreno, ya que el consumo de información en redes sociales se ha convertido en un fenómeno muy presente en todas las generaciones de la sociedad actual, trayendo implicaciones subjetivas muy importantes en las personas.

Para obtener el objetivo de mejorar el bienestar mental de las personas en un contexto social en constante transformación y exceso de información, los profesionales de la salud mental debe poner énfasis en la prevención del malestar mediante la psicoeducación, para que las personas puedan comprender el funcionamiento de las redes sociales y su impacto en la salud mental. Además también otorgar herramientas de autocuidado suficientes para atravesar este excesivo consumo de información y para que puedan mejorar su capacidad de filtrar información falsa o sesgada. También es necesario que las personas de esta generación consideren y tengan presente la gran inestabilidad del paradigma actual, en el que los cambios son constantes y el futuro incierto. Esta inestabilidad e incertidumbre puede producir y relacionarse con este consumo desmedido de información, que no solo no es la solución, sino que puede generar una mirada catastrófica, aumento de información sin verificar y un conocimiento muy disímil.

Con respecto a las limitaciones, en este trabajo se priorizaron las preguntas en torno a la sintomatología haciendo extenso el cuestionario dejando relegada las preguntas para el resto de los objetivos, tales como las referidas al contexto de elecciones presidenciales o las técnicas utilizadas para reducir el consumo de información.

En próximas investigaciones, se podría tener en cuenta las limitaciones, También se podría realizar una comparación de los resultados con un contexto sin elecciones presidenciales y realizar una comparación con otras generaciones. Este último punto es importante ya que esta problemática es algo que afecta a todas las generaciones y es posible identificar que hay personas con menores conocimientos sobre las redes sociales. Esto podría estar generando mayores afecciones que a los de la generación estudiada.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2005). La Modernidad líquida. Recuperado de <http://www.campusvirtual.psi.uba.ar/moodle/course/view.php?id=52>
- Barlow, D. H., Raffa, S. D., & Cohen, E. M. (2002). Psychosocial treatments for panic disorders, phobias, and generalized anxiety disorder.
- Beck, A. T. (2013). Terapia cognitiva para trastornos de ansiedad. Desclee de brouwer. recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WZz-DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Bec,+2013&ots=VoRcB5k4iE&sig=BIZxaMmaT3SS3fp2YR3ZnWWpPME#v=onepage&q=Beck%2C%202013&f=false>
- Bustos Díaz, J. y Ruiz del Olmo, F.J. (2019). Sobreabundancia comunicativa de los líderes políticos en Twitter. El caso español. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 12-28. Recuperado de <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.02>
- Burch, S. (2005). Sociedad de la información/Sociedad del conocimiento. *Palabras en juego*, 45(5). Recuperado de <https://radioslibres.net/wp-content/uploads/media/uploads/analfatecnicos/76.SociedadDeLaInformacionYConocimiento-SallyBurch.pdf>
- Caldevilla Domínguez, D. (2013). Efectos actuales de la “Sobreinformación” y la “Infoxicación” a través de la experiencia de las bitácoras y del proyecto I+D avanza ‘Radiofriends’. *Revista De Comunicación De La SEECI*, (30), 34-56. <https://doi.org/10.15198/seeci.2013.30.34-56>
- Cárdenas, A. C. B & Medina, G. A. (2022) Los efectos del exceso de información en internet. Recuperado de <http://200.23.125.59/PDF/Libros/Infoxicacion.pdf>
- Carretero, M. (1997). ¿Qué es el constructivismo? *Progreso. Recuperado de: http://www.educando.edu.do/Userfiles/P, 1, 39-71.*
- Castellanos, J. F.; Guerrero, E. A.; Rodríguez, J. J. (2016). Sobrecarga informacional y su impacto en la sociedad bogotana del siglo XXI, 4(1), [129-135]. Recuperado de <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/tia/article/view/7639/pdf>
- Chen, C. (2019). TIC (Tecnologías de la información y la comunicación). Consultado el 12 de octubre de 2023. Recuperado de: <https://www.significados.com/tic>
- Cornella, A. (2000). Cómo sobrevivir a la infoxicación. *Infonomía. com*, 8. Recuperado de: <https://acortar.link/DSI9k0>
- Congosto Martínez, M. L., Fernández, M., & Moro, E. (2011). Twitter y política: información, opinión y ¿predicción?. Recuperado de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21631/twitter_congosto_EVOCA_2011.pdf
- D’Agostino, M., Medina Mejía, F., Martí, M., Novillo-Ortiz, D., Hazrum, F., & de Cosío, F. G. (2017). Infoxicación en salud. La sobrecarga de información sobre salud en la web y el riesgo de que lo importante se haga invisible. *Rev Panam Salud Publica*, 41, e115 recuperado de: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/34334>
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millenials. *Clio América*, 11(22). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6509216>
- Deleuze, G. (1990). Posdata sobre las sociedades de control. En Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario*. Montevideo: Nordan, 1991
- Fernández, P. C. (2023). Efectos de la sobrecarga de información en el comportamiento del consumidor de noticias: El doomscrolling. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 14(1), 1-11. Recuperado de DOI: <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4592>
- Fernandez, R. (2023) *Número de usuarios mensuales de redes sociales a nivel mundial entre 2019 y 2028*, Statista. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/512920/numero-mundial-usuarios-redes-sociales/>
- Fernandez, R (2021) *Número de usuarios activos mensuales (MAU) de Twitter en Argentina de enero de 2020 a febrero de 2021, por sistema operativo*. Statista. Recuperado de Statista website: <https://es.statista.com/estadisticas/1219122/numero-de-usuarios-activos-mensuales-twitter-argentina-sistema-operativo/#statisticContainer>
- Fernandez, R. (2023) Twitter (X) datos estadísticos. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/10170/twitter-datos-mundiales/#topicOverview>
- García del Castillo, J. A., García del Castillo-López, Álvaro, Dias, P. C., & García-Castillo, F. (2019). Conceptualización del comportamiento emocional y la adicción a las redes sociales virtuales. *Health and Addictions/Salud Y Drogas*, 19(2), 173-181. <https://doi.org/10.21134/haaj.v19i2.525>
- García-Saisó S, Marti M, Brooks I, Curioso WH, González D, Malek V, et al. Infodemia en tiempos de COVID-19. *Rev Panam Salud Publica*. 2021;45:e89. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.89>
- García del Castillo, J. A. Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales Salud y drogas, vol. 13, núm. 1, -, 2013, pp. 5-13 Instituto de Investigación de Drogodependencias Alicante, España (definición de redes sociales) Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4343728>
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations*. Vintage Books.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina - Indec (2023). Recuperado de https://censo.gob.ar/index.php/datos_provisionales/
- Kemp, S. (2023) *DIGITAL 2023: LOCAL COUNTRY HEADLINES REPORT, Digital 2023 Global Overview Report*, DATA REPORTAL. Recuperado de : https://datareportal.com/reports/digital-2023-local-country-headlines?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2023&utm_content=Digital_2023_Local_Country_Promo
- Kemp, S (2023). *Digital 2023: Argentina*. DATA REPORTAL. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2023-argentina>
- Linares Salgado, J. E. (2018). La subjetividad en la era de las redes sociales. *Scio*, (15), 123-155. URL: <http://hdl.handle.net/20.500.12466/63>
- Loor-Cabal, G., Gutiérrez-Izquierdo, M., Alarcón-Chávez, B., & Cedeño-Barreto, M. (2022). La infoxicación digital y su incidencia en los niveles de estrés de los docentes de la Carrera de trabajo social de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales de la Universidad Técnica de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 7(3), 356-370. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/pc.v7i3.3735>

- Marcos García, S. (2018). Las redes sociales como herramienta de la comunicación política. Usos políticos y ciudadanos de Twitter e Instagram (Doctoral dissertation, Universitat Jaume I). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=162665>
- McGinnis Johnson, J., & Ng, E. S. (2016). Money talks or millennials walk: The effect of compensation on nonprofit millennial workers sector-switching intentions. *Review of Public Personnel Administration*, 36(3), 283-305. <https://doi.org/10.1177/0734371X15587980>
- Miñones Crespo, R. (1999). El exceso o sobrecarga de información en la sociedad de la información. In *La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés, Logroño (La Rioja), 16, 17 y 18 de junio, 1999* (pp. 1057-1064). Universidad de La Rioja. **PARA SACAR LA DEFINICIÓN DE SOBRECARGA DE INFORMACIÓN**
- Mukhopadhyay, S. Elections have (health) consequences: Depression, anxiety, and the 2020 presidential election. *Econ Hum Biol.* 2022 Dec;47:101191. doi: 10.1016/j.ehb.2022.101191. Epub 2022 Oct 13. PMID: 36257104
- Neri, C. (2006). El concepto de usabilidad y sus avatares. No todo es click. Ed. Libros y Bytes. Material de cátedra Informática, educación y sociedad. Carrera de Psicología, Universidad de Buenos Aires.
- Neri, C. (2005). La conectividad de la gente. *Enredando minorías. No todo es Click. Ed Papeles y Bytes. Buenos Aires.* Material de cátedra Informática, educación y sociedad. Carrera de Psicología, Universidad de Buenos Aires.
- Oblinger, D. (2003). Boomers gen-xers millennials. *EDUCAUSE review*, 50(4), 37-47. Recuperado de: https://www.naspa.org/images/uploads/main/OblingerD_2003_Boomers_gen-Xers_and_millennials_Understanding_the_new_students.pdf
- Parra-Medina, L. E., & Álvarez-Cervera, F. J. (2021). Síndrome de la sobrecarga informativa: una revisión bibliográfica. *Rev Neurol*, 73(12), 421-428. DOI: 10.33588/rn.7312.2021113
- Pérez-Escoda, A., Castro-Zubizarreta, A., & Fandos-Igado, M. (2016). La competencia digital de la Generación Z: claves para su introducción curricular en la Educación Primaria= Digital Skills in the Z Generation: Key Questions for a Curricular Introduction in Primary School. *La competencia digital de la Generación Z: claves para su introducción curricular en la Educación Primaria= Digital Skills in the Z Generation: Key Questions for a Curricular Introduction in Primary School*, 71-79. Recuperado de <http://digital.casalini.it/10.3916/C49-2016-07>
- Roca, A. P. (2020). Sociedad de la información, sociedad digital, sociedad de control. Inguruak. *Revista Vasca de Sociología y Ciencia Política*, (68). <https://doi.org/10.18543/inguruak-68-2020-art05>.
- Rodríguez Andrés, R., & Ureña Uceda, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. URI <http://hdl.handle.net/11531/12932>
- Rodríguez Espínola, S. S., Garófalo, C. S., Paternó Manavella, M. A., Bauso, N., & Lafferrière, F. (2023). Desigualdades y retrocesos en el desarrollo humano y social 2010-2022: el deterioro del bienestar de los ciudadanos en la post pandemia por COVID-19.
- Romani, J. C. C., & Cervantes, O. H. C. (2006). Las multitudes inteligentes de la era digital. Recuperado de <https://www.ru.tic.unam.mx/handle/123456789/1092>
- Simón Herbert, A. Designing organizations for an information rich world. In greenberger M, ed computers communications and the public interest. 1 ed. The Johns Hopkins Press Baltimore 1971.
- Spielberger, C. D., y Díaz-Guerrero, R. (1987). *Inventario de Ansiedad Estado-Rasgo (STAI)*. Madrid, España: TEA Ediciones. Recuperado de <https://doctormoleon.com/wp-content/uploads/2020/10/Cuestionario-STAI.pdf>
- Statista Research Department, 2023. Número de usuarios de Twitter en algunos países de América Latina en enero de 2023 recuperado de "https://es.statista.com/estadisticas/1138986/usuarios-twitter-america-latina-por-pai
- Firth J, Torous J Stubbs B, Firth Ja, Steiner Gz, Smith L et al. The "Online brain" How the internet may be changing our cognition. *World Psychiatry* 20019; 18: 119-129.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *science*, 359(6380), 1146-1151 **sobre la premisa de que la falsedad se comparte más que la verdad**.