



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales  
Grado en Comunicación Internacional

## Trabajo Fin de Grado

# Sobreinformación y sensacionalismo en la pandemia de Covid-19

El impacto en la salud mental de la  
población española

Estudiante: Reyes García Grau

Director/a: Prof. Melanie Antonie Gut

Madrid, junio 2023

## Índice:

1. Introducción .....	3
1.1. Objetivos.....	3
1.2. Finalidad y motivos .....	4
2. Estado de la cuestión.....	5
3. Marco teórico:.....	7
4. Metodología .....	14
5. Análisis y discusión .....	16
5.1. Sobreinformación en los medios de comunicación durante las primeras etapas de la pandemia.....	16
5.2. Sensacionalismo en los medios de comunicación durante las primeras etapas de la pandemia.....	18
5.2.1. Comparación de los encuadres de las portadas de prensa impresa .....	19
5.3. La insensibilización causada por la sobreinformación y el sensacionalismo .....	26
5.4. Desinformación y redes sociales .....	28
5.5. El impacto de los medios de la comunicación en la salud mental de la población durante la pandemia.....	32
5.6. Conclusión.....	35
6. Bibliografía.....	38

## **1. Introducción**

### **1.1. Objetivos**

El presente Trabajo de Fin de Grado pretende llevar a cabo una investigación que cumpla con una serie de objetivos relacionados con la información que se ha transmitido a la población española durante la pandemia de COVID-19 a través de los medios de comunicación.

Primer objetivo: analizar los efectos que ha tenido en el comportamiento y la salud mental de la población española la cantidad de información que ha sido transmitida durante la pandemia. Este objetivo consiste en explorar si la población se ha visto saturada por la sobrecarga informativa a la que ha sido expuesta. Además, se intenta examinar si, de alguna manera, la población se fue volviendo más insensible a este tipo de noticias a medida que pasaba el tiempo.

Segundo objetivo: analizar la información transmitida a través de los diferentes medios de comunicación con la intención de examinar su calidad. Este objetivo se basa en intentar crear una distinción entre la información útil y necesaria que recibimos los ciudadanos durante la pandemia, y aquella información que solo incita al miedo, o que es de carácter engañosa. Es decir, identificar las noticias que cuenten con elementos sensacionalistas.

Tercer objetivo: entender cuáles han sido los errores de los diferentes medios de comunicación a la hora de transmitir información a la población durante la pandemia. Este objetivo consiste en analizar los efectos negativos que ha tenido en la población la sobrecarga informativa y el sensacionalismo vivido a través de los medios durante la pandemia. Es seguramente el objetivo de mayor importancia, pues la intención es poder conocer cuál es la mejor manera de informar sobre crisis sanitarias, de tal manera que se pueda hacer de la mejor manera posible en un futuro.

## **1.2. Finalidad y motivos**

La manera en la que recibimos información sobre la actualidad es completamente diferente a como era hace un par de décadas. La aparición de periódicos digitales, canales de televisión y redes sociales ha causado una gran competitividad por parte de los medios de comunicación para conseguir la atención de los ciudadanos. Esta competitividad se ha traducido en la utilización del sensacionalismo para conseguir audiencia. Es decir, los ciudadanos recibimos continuamente la misma información con encuadres diferentes. Durante la pandemia de Covid-19, los ciudadanos necesitábamos desesperadamente conseguir información útil sobre cómo actuar, sin embargo, nos vimos expuestos a una gran cantidad de contenido innecesario, que solo causó pánico, confusión y odio.

Actualmente, la ciudadanía vive expuesta a más información que nunca. A través de las redes sociales se pueden recibir noticias a gran velocidad, de tal manera que la información recibida no siempre es veraz. Tengo un gran interés en las consecuencias de las redes sociales para la salud mental, ya que el ser humano no está acostumbrado a estar expuesto a tanta información continuamente, y aún no se sabe qué consecuencias tendrá el uso excesivo de las redes sociales en el futuro. La decisión de centrar el trabajo en las consecuencias de la sobreinformación y sensacionalismo en la salud mental de la población española durante la pandemia se debe a mis propias experiencias vividas durante estos años. A medida que avanzaba la pandemia, viví de primera mano cómo la salud mental de personas de mi alrededor se veía perjudicada. Además, percibí un descontento y cansancio general con la cantidad de información recibida sobre el tema.

## 2. Estado de la cuestión

En el presente TFG se analiza la relación de los medios de comunicación con el comportamiento y la salud mental de la población española durante la pandemia de COVID-19. Para ello, se pretende responder a la pregunta de si ha existido un exceso de información en diversos medios, e identificar elementos sensacionalistas en las noticias que se dispersaron al inicio de la pandemia.

Para identificar la sobreinformación y el sensacionalismo en los medios de comunicación, es necesario definir estos conceptos. Existen numerosas fuentes que hablan sobre ambos, tanto en relación con la pandemia, como en diferentes contextos. En cuanto a la sobrecarga informativa, Luis E. Parra-Medina, Fernando y J. Álvarez-Cervera (2020) ofrecen una revisión bibliográfica del concepto de la sobrecarga informativa, a través de esta, exponen varias definiciones de sobrecarga informativa, sus causas y su relación con el covid-19. Existen también numerosos artículos sobre los problemas que acarrea la sobrecarga informativa en nuestra sociedad, como los escritos por Zamorano (2022) o Wiener (2022). Uno de los autores más importantes en este ámbito es Alfons Cornellá fundador y presidente de *Infonomia*.

Para analizar si ha existido una sobrecarga informativa en los medios durante los inicios de la pandemia es necesario saber que cantidad de noticias se publicaron durante esta etapa. La revista científica *El profesional de la información* realizó un estudio que concluyó con el número total de noticias publicadas tanto en medios digitales como no digitales, el total fue de 432.058 noticias entre el 9 de enero y el 10 de abril de ese mismo año (Lázaro-Rodríguez, Herrera-Viedma, 2020)

Por otro lado, también existen numerosos autores que hablan sobre el sensacionalismo. El autor Benlloch (2020), realizó una investigación sobre los efectos del sensacionalismo en la salud mental de los ciudadanos. Algunos autores argumentan que existe una clara división entre el periodismo serio y el periodismo de entretenimiento, como Schudson (1978). Otros autores argumentan que ya no existe una línea de separación clara entre el periodismo serio y el periodismo sensacionalista, por ejemplo, Steimberg (2000).

En el caso del sensacionalismo, también la revista científica *El profesional de la información* ofrece datos de gran relevancia sobre el tema. Específicamente sobre si los ciudadanos percibieron la cobertura de los medios durante los inicios de la pandemia como sensacionalista o no (Masip et al, 2020).

Para analizar la relación de la desinformación con las redes sociales durante los inicios de la pandemia, se ha recurrido a numerosos estudios e investigaciones. La revista científica “el profesional de la información” identifica las redes sociales en las que más desinformación se produjo, así como las principales temáticas de los bulos extendidos en redes (Salvarreria et al, 2020). La Universidad Carlos III de Madrid también identificó los temas principales encontrados en estos bulos.

El presente Trabajo de Fin de Grado analiza también si existe la posibilidad de que se haya producido una insensibilización de la población hacia noticias relacionadas con crisis sanitarias. Existen pocos estudios sobre este tema, uno de ellos es el realizado por la Universidad de California-Davis en 2021, que concluía en que se se producía una insensibilización a las noticias relacionadas con el covid-19 a medida que avanzaba la pandemia (Stevens, 2021)

Por último, el presente TFG busca encontrar una relación entre los medios de comunicación y la salud mental de la población durante la pandemia. Existen pocos estudios sobre el tema, entre ellos el realizado por la revista científica *Globalization and health* (Su et al, 2020), que habla sobre el aumento de problemas de salud mental en la población en relación al exceso de noticias sobre la pandemia. También es de gran relevancia un estudio realizado por la revista médica “Journal of Affective Disorders” que analiza el aumento de problemas psicológicos en varios países al inicio de la pandemia en varios países, así como sus factores de riesgo (Xiong, 2021).

### **3. Marco teórico:**

#### **Desarrollo de los medios de comunicación**

La historia y el desarrollo de los medios de comunicación están directamente relacionados con el desarrollo de la comunicación humana. Para transmitir información, los seres humanos comenzaron utilizando signos y señales, después se desarrolló el lenguaje, más tarde, la escritura, que llevó a la creación de la imprenta, y, por último, se desarrollaron los medios de comunicación de masas (Bretones, 2008, p.11).

Sin embargo, el proceso de comunicación como tal no ha variado, sino que en todas sus fases coincide con el modelo de comunicación tradicional: existe un emisor que emite un mensaje claro en un lenguaje determinado y el receptor escucha y asimila el mensaje. El mensaje que transmite el emisor está compuesto de signos o códigos, y el receptor al recibirlo, deberá descodificar e interpretar dichos signos (Gutiérrez et al, 2010, p.270).

Lo que sí ha variado son los códigos, es decir, la manera de transmitir dicho mensaje. Este cambio es especialmente visible con la aparición de la televisión y las tecnologías, que utilizan códigos diferentes a los utilizados anteriormente, y estos a su vez crean nuevas capacidades cognitivas en los seres humanos (Gutiérrez et al, 2010, p.271).

Los medios de comunicación en masa son relativamente nuevos para la humanidad, pues se han desarrollado en los últimos 500 años. Su inicio se podría establecer en la invención de la imprenta, en el año 1456, cuando los libros se convirtieron en la manera principal de transmitir información a las masas. Sin embargo, el periódico se considera el primer medio de comunicación a las masas, y este apareció 150 años después de la invención de la imprenta (Lee, 2009)

Los medios de comunicación en masa tuvieron un gran impacto en la humanidad desde el principio, tanto en el ámbito social y cultural como en el político y económico. Con su invención, aumentaron tanto el alfabetismo como la distribución de contenidos artísticos. Además este tipo de medios sirvieron para promover la democracia (Lee, 2009).

La llegada de las nuevas tecnologías para desarrollar medios de comunicación en masa tuvo un impacto aún mayor en la sociedad. La radio fue el primer medio de comunicación

de masas nacido de la tecnología. Se creó en el Siglo XIX, pero ganó popularidad en las primeras décadas del Siglo XX. Características de este medio como la posibilidad de poder escuchar la radio de diferentes países, o su inmediatez para informar de noticias, hizo que ganara popularidad a gran velocidad.

Más tarde apareció la televisión, que supuso una verdadera revolución para el ámbito de los medios de comunicación. La televisión permitió al espectador no solo recibir las noticias con gran velocidad, algo que ya se había conseguido a través de la radio. A través de la televisión los espectadores podían estar prácticamente dentro de la noticia, presenciar los acontecimientos de forma audiovisual. Se convirtió rápidamente en el medio de comunicación más popular no solo para recibir información, también entretenimiento. (Jordá, 2013, p.484).

Por último, la creación de Internet consiguió que los ciudadanos fueran capaces de recibir todo tipo de información audiovisual. Su gran revolución fue sin duda la aparición de las redes sociales, que ha conseguido que cualquier usuario sea capaz de distribuir información a las masas (Jordá, 2013, p.484). Este medio de comunicación ha llevado a la aparición del “periodismo ciudadano”, pues los usuarios publican a tiempo real a una audiencia global a través de las redes sociales (Martinrey, Marín, 2011, p.125).

### **El impacto de los medios de comunicación de masas en sus audiencias**

Existen numerosas teorías que intentan explicar la influencia que tienen los medios de comunicación sobre los ciudadanos. La perspectiva de su influencia, ha ido cambiando a medida que se han ido desarrollando los medios de comunicación. Para analizar el impacto de los medios de comunicación de masas en el comportamiento de los ciudadanos, es necesario realizar un repaso de las teorías o modelos más populares sobre este tema.

Para empezar, entre principios del S.XX y los años treinta, el modelo más popular en el estudio de la comunicación de masas era el modelo hipodérmico. Es una época en la que se cree que los medios de comunicación, en ese momento mayoritariamente la prensa y la radio, tienen el poder de cambiar las opiniones y actitudes de los ciudadanos de manera rápida y masiva (Álvarez-Gálvez, 2012). Este modelo surge de la teoría de la aguja

hipodérmica, elaborada por Harold Lasswell, el nombre viene de la idea de la penetración inmediata del mensaje en el individuo, ya que se representa a los ciudadanos como actores pasivos en este proceso (Laneve, 2014)

El modelo hipodérmico empezó a recibir críticas porque representaba a la audiencia como un actor pasivo y aislado, sin tener en cuenta el efecto de su entorno social a la hora de formar sus opiniones (Laneve, 2014). Esa es la razón por la que surge otra teoría en la década de los 40, la teoría de los efectos limitados, desarrollada por Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton. Los ciudadanos ya no se consideran actores aislados, sino que se piensa en ellos como actores sociales que tienen sus propias opiniones. Se tiene en cuenta la gran influencia que tienen los grupos, tanto formales como informales, en los que viven insertos los ciudadanos (Álvarez-Gálvez, 2012).

A finales del Siglo XX, con la aparición de nuevos medios de comunicación como la televisión, surgen nuevas teorías que se adaptan más al panorama actual. Es de gran importancia la teoría de la espiral del silencio, desarrollada por la politóloga Elisabeth Noelle-Neumann. Esta teoría sostiene que los ciudadanos tienden a expresar sus opiniones solo si éstas son compatibles con la opinión pública general. Sin embargo, si sus opiniones no coinciden con las de la mayoría, no las compartirán. Según la autora, los medios de comunicación solo dan visibilidad a las opiniones públicas mayoritarias, y es así como se dificulta el surgimiento de nuevos puntos de vista por parte de los ciudadanos, lo que significa aquellos con opiniones diferentes, se silencian por miedo al aislamiento (Noelle-Neumann, 1991 como se citó en Álvarez-Gálvez, 2012).

En esta época surge también la popular teoría de la agenda setting, desarrollada por McCombs y Shaw en el año 1972. Esta teoría postula que los medios de comunicación tienen un impacto directo sobre la atención de los ciudadanos a unos temas u otros. Según McCombs, los conocimientos que poseemos sobre los fenómenos sociales mayoritariamente no vienen de la experiencia personal, sino de los medios de comunicación (McCombs, 2004 como se citó en Álvarez-Gálvez, 2012). La teoría de la agenda-setting es muy similar, y tiene una relación directa con la teoría de priming y framing.

La teoría del priming (Fiske y Taylor, 1984 como se citó en Álvarez-Gálvez, 2012), apoya la teoría de la agenda-setting. También postula que los medios de comunicación establecen la agenda de temas de interés, pero además estos dirigen la atención en mayor o menor medida a ciertos temas, de tal forma que además de establecer qué temas son importantes, también influyen en la manera en la que los ciudadanos evalúan estos temas, es decir influyen en sus sentimientos y cogniciones (Álvarez-Gálvez, 2012). Por último, la teoría del framing está directamente relacionada con las ideas establecidas. Según esta teoría, la manera de encuadrar la información afecta a cómo son recibidos estos mensajes (Álvarez-Gálvez, 2012).

### **El problema de la sobrecarga informativa**

La sobrecarga informativa en los individuos sucede cuando estos reciben una cantidad de información superior a su capacidad de procesarla. Esto sucede porque el cerebro humano tiene una capacidad de procesamiento cognitivo limitada, de tal manera que solo es capaz de retener una cantidad específica de información. Algunos síntomas de la sobrecarga informativa son: estrés, ansiedad, desmotivación, falta de perspectiva general, dificultad para seleccionar información relevante, análisis superficial de la información, o rechazo de la recepción de la comunicación. (Parra-Medina, Álvarez-Cervera, 2021, p.422)

Uno de los síntomas de la sobrecarga informativa es el análisis superficial de la información (Parra-Medina, Álvarez-Cervera, 2022, p.422), En otras palabras, la falta de atención a la hora de consumir información. La sobrecarga informativa ha causado una necesidad general para los individuos de recibir información nueva a diario, de tal manera que la cantidad se vuelve más relevante que la calidad, ya que no se dedica el tiempo suficiente a contrastar información, lo que puede llevar al consumo de información falsa (Zamorano, 2022).

El escritor norteamericano Eric Wiener relaciona la sobrecarga informativa que sufre la sociedad en la actualidad con las palabras del filósofo alemán Schopenhauer hace 150 años: “No se puede cometer mayor error que imaginar que lo que se ha escrito más tarde es siempre lo más correcto; que lo que se escribe más tarde es una mejora de lo que se escribió anteriormente; y que todo cambio significa progreso” (Schopenhauer, 1851 como se citó

en Wiener, 2022). En su artículo Eric Wiener utiliza estas palabras para dar luz al problema de estar siempre en busca de nueva información, pues antes de recibirla, es necesario procesar la información ya consumida anteriormente. La información no procesada y el exceso de datos pueden ser más peligrosos que la falta de estos (Wiener, 2022).

La sobrecarga informativa también es conocida como infoxicación, un término acuñado por Cornellá, fundador y presidente de Infonomia, a principios del Siglo XXI. Este término apareció justo en el momento en el que el mundo de la información se transformó por completo a raíz de Internet, un proceso que comenzó con google y que hoy continúa con las redes sociales (Oroz, 2013 como se citó en Nieto, 2016 p. 314).

Alfons Cornellá habla de un fenómeno por el cual las personas creen estar más informadas por leer toda la información que está a su alcance, cuando en realidad a la hora de estar informado, la calidad de la información recibida tiene una importancia mucho mayor (Cornellá, 2013 como se citó en Nieto, 2016, p. 314). Uno de los principales problemas de la sobrecarga informativa es que muchas personas en la actualidad intentan procesar información con gran rapidez, cuando la realidad es que para ser capaz de hacerlo es necesario tener previo conocimiento sobre el tema del que nos estamos intentando informar (Nieto, 2016, p.314)

### **Sensacionalismo en los medios de comunicación**

La Real Academia Española define el sensacionalismo como la “tendencia a producir sensación, emoción o impresión con noticias, sucesos, etc. Esta búsqueda de sensación es una manera de aumentar los beneficios de un medio de comunicación a través de la exageración de las noticias, pues a raíz del desarrollo de los medios, sobre todo por la aparición de internet, existe una competencia por la información por parte de estos. El sensacionalismo de los medios afecta directamente a la sociedad, y este tiene efectos directos tanto en la salud mental como en el como en el comportamiento de los ciudadanos (Benlloch, 2020, p.49). Siempre ha existido una separación entre una prensa seria, que ejerce su papel de informar, y otra prensa sensacionalista, que prioriza el entretenimiento a la información importante.

Numerosos autores defienden que existe una clara distinción entre ambos tipos de periodismo, uno de ellos es Schudson, que defiende que existe por un lado un periodismo de análisis o informacional, en el que se comunican las noticias de interés público; y por otro lado un “periodismo de entretenimiento” en el que se da más importancia a la historia narrada de manera atractiva (Schudson, 1978 como se citó en García, 2013, p.236).

El periodismo sensacionalista ha recibido una gran cantidad de críticas desde su inicio, pues autores como Javier Darío Restrepo argumentan que la prensa sensacionalista solo busca ampliar los escándalos, mostrar la vida privada de personas conocidas o suscitar polémicas (Crespo, 1995 como se citó en Saad, 2011)

Por otro lado, algunos autores argumentan que a medida que ha ido aumentando el fenómeno sensacionalista la separación entre periodismo serio y periodismo sensacionalista no tiene una línea de separación clara (Steimberg, 2000 como se citó en García 2013, p.238). Además, otros autores son de la opinión de que el sensacionalismo es en parte necesario para transmitir información a los receptores, pues estos necesitan sentirse aludidos e interesados de alguna manera en la información que reciben para que la comunicación tenga éxito.

Este sensacionalismo sería una de las principales causas del aumento de difusión de la prensa industrial a finales del siglo XIX y el siglo XX, además, el sensacionalismo añadido a las noticias, también causó un mayor interés por las noticias que ocurrían en lugares más lejanos (Ascencio, 2015, p.37).

### **La pandemia de Covid-19 en España: cronología**

El coronavirus SARS-COV-2 apareció por primera vez en la provincia de Hubei, China. En 2019 fueron reportados varios casos de pacientes hospitalizados por una enfermedad caracterizada por insuficiencia respiratoria y neumonía. La Organización Mundial de la Salud nombró la enfermedad como COVID-19 el 11 de febrero de 2020. Durante los meses siguientes la enfermedad se extendió por el resto de los continentes del mundo, por lo que, el 11 de marzo del 2020, fue declarada como pandemia por la OMS.

El primer paciente registrado en España con coronavirus se conoció el 31 de enero. Se trataba de un paciente alemán que se encontraba en La Gomera, en el archipiélago canario, fue un caso leve. Varios días más tarde apareció otro caso en Palma de Mallorca, también se trataba de un caso importado. En la península, los primeros casos aparecieron el 24 de febrero, principalmente en Madrid, País Vasco y Cataluña.

El Estado de Alarma se decretó en toda España el 14 de marzo de 2020, tres días más tarde de la declaración de pandemia por parte de la OMS. El estado de alarma significó la restricción severa del movimiento de personas y la actividad económica, de tal manera que solo se permitieron los desplazamientos de primera necesidad, incluyendo compras de alimentos o medicamentos, asistencia a centros sanitarios o asistencia a personas vulnerables. Sí se autorizaba el desplazamiento al lugar de trabajo, aunque muchas empresas cerraron de manera temporal o instauraron el teletrabajo (Consejo de Ministros, 2020).

El primer estado de alarma se decretó en un principio para 15 días, sin embargo, terminó durando 98. El 2 de mayo de 2020 comienza en España la desescalada, de tal manera que las restricciones comenzaron a ser eliminadas poco a poco. La desescalada finalizó el 21 de junio, lo que significó el fin del estado de alarma y la entrada del país en la “nueva normalidad”. Aunque existieron restricciones en verano, los casos fueron aumentando, aunque no fue hasta octubre que se vio un gran aumento de los casos. Comenzó la segunda ola, la cual terminó llevando a la declaración del Segundo estado de alarma.

Se decretó el 25 de octubre de 2020, en este caso no se limitó el movimiento de personas de la misma manera que en el primer estado de alarma, pero sí se incluyeron nuevas medidas como el toque de queda. Esta nueva medida limitaba el movimiento de personas a partir de las 10 de la noche. El presidente Pedro Sánchez comunicó a la población que el nuevo estado de alarma duraría seis meses, hasta el 9 de mayo.

La vacunación en España significó un antes y un después en el desarrollo de la pandemia. Esta comenzó el 27 de diciembre de 2020. Esta comenzó con las personas más vulnerables, y llevaría algo más de tiempo empezar a ver sus consecuencias reales en la población. Mientras tanto, en las navidades del 2020, aparecieron nuevas variantes. El resultado de

las reuniones en navidad fue un gran aumento de casos, lo cual llevó a la tercera ola de coronavirus.

La cuarta ola, ya con menos incidencia, se produjo entre marzo y junio del 2021. Sin embargo, la relajación de las restricciones a principios de verano del 2021 llevó a la aparición de la quinta ola, caracterizada por el contagio de jóvenes de entre 20 y 29 años, concluyó en octubre. La sexta ola fue producida por una nueva variante aparecida en Sudáfrica, ómicron, mucho más contagiosa, aunque menos letal. La situación explotó en diciembre de 2021 y la sexta ola duró hasta abril de 2022, aproximadamente.

Actualmente, en marzo de 2023, la situación se acerca más que nunca a la normalidad anterior a la pandemia. El uso obligatorio de las mascarillas ha sido recientemente eliminado del todo al dejar de ser forzoso llevarlas en el transporte público. Prácticamente no existen restricciones, aunque el virus sigue presente.

#### **4. Metodología**

En la realización del presente TFG se ha utilizado una investigación tanto cuantitativa como cualitativa. Para comenzar, se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica a través de la cual se ha desarrollado un marco teórico. En esta sección del trabajo se han utilizado artículos sacados principalmente de Google Académico para definir los temas relevantes para el trabajo. Se exponen teorías desarrolladas por importantes autores relacionadas con los medios de comunicación, así como conclusiones de investigaciones relacionadas con la sobrecarga informativa y el sensacionalismo en los medios.

En la sección de análisis y discusión se realiza una investigación cualitativa de estudios e investigaciones. A través de estos, se realiza un análisis de datos proporcionados tanto por revistas científicas relevantes, como por estudios de universidades a nivel nacional e internacional. Por otro lado, para identificar elementos sensacionalistas en la prensa española, se realiza un análisis de contenido de portadas de prensa tradicional, relacionando el contenido directamente con datos recogidos de la revista científica “el profesional de la información”

En cuanto a la investigación cuantitativa, esta se realiza a través de una encuesta llevada a cabo de manera anónima en Google Forms. Al ser una encuesta difundida de manera online, ha sido posible propagarla a través de las redes sociales, mayoritariamente. La encuesta ha recibido unas 100 respuestas de varios grupos de edad. En ella se incluyeron preguntas relacionadas con todas las secciones del trabajo. A través de la encuesta se intenta conocer los patrones de uso de los medios de comunicación por parte de los encuestados, así como los efectos que tuvieron en su comportamiento y salud mental durante la pandemia. Además, entre las personas contactadas se encuentran periodistas de periódicos como *El Mundo*, *El País*, *El Periódico*, y *Okdiario*. Se contactó con ellos a través de twitter e instagram, con la intención de incluir su perspectiva en el presente Trabajo de Fin de Grado.

## 5. Análisis y discusión

### 5.1. Sobreinformación en los medios de comunicación durante las primeras etapas de la pandemia

Durante los tiempos de pandemia, los medios de comunicación han adquirido un mayor nivel de importancia para la población. En las primeras semanas de confinamiento, momentos de gran estrés por los altos niveles de incertidumbre que se respiraban, los medios fueron la manera principal de recibir información del exterior. Sin embargo, numerosos estudios muestran como un exceso de información puede ser contraproducente a la hora de transmitir los mensajes que realmente son importantes en estos casos.

La Organización Mundial de la Salud, alertó en febrero de 2020 de los peligros de la “infodemia” (WHO, 2020), la OMS advertía de que una sobrecarga de información podría dificultar que la población encontrara fuentes de confianza, algo fundamental a la hora de informarnos sobre las medidas que se debíamos tomar para protegernos.

Para analizar la cantidad de información publicada relacionada con el Covid-19 en las primeras etapas de la pandemia, es necesario realizar una distinción entre medios. Mientras sí es posible medir la cantidad de noticias publicadas en los medios digitales o la prensa impresa, es más complicado conseguir números que representen la cantidad de información sobre la pandemia publicada en la televisión, y es especialmente difícil adquirir esta información sobre las redes sociales.

En el caso de los medios digitales, un estudio realizado por la revista científica *El profesional de la información* muestra la cantidad de noticias publicadas entre el 9 de enero de 2020 y el 10 de abril de ese mismo año. El total de noticias publicadas en ese periodo de tiempo en los medios digitales fue 288.781, lo cual se traduce en un 66,84% del total de noticias en medios digitales. La prensa impresa tuvo resultados inferiores, pues se publicaron 72.273 noticias en este medio. Por último, el estudio incluye la cantidad de noticias publicadas en otros medios, el dato es de 71.004 noticias. La suma de todas las noticias publicadas en los diferentes medios de comunicación es de 432.058 noticias (Lázaro-Rodríguez, Herrera-Viedma, 2020)

En el estudio realizado por el *profesional de la información* también se puede apreciar los periodos en los cuales la población recibió más información de los medios durante el confinamiento. En el estudio se puede observar como el periodo con mayor cantidad de información se produjo entre el 9 y el 31 de marzo de 2020. El pico de información se produce el día 14 de marzo de 2020, y coincide con el día en el que se decretó el estado de alarma en todo el país, ese día se alcanzaron las 432.294 noticias (Lázaro-Rodríguez, Herrera-Viedma, 2020).

En la encuesta realizada para este Trabajo de Fin de Grado se buscaba entender la perspectiva de la población española en cuanto a la sobrecarga informativa que se produjo especialmente durante los inicios de la pandemia. De las 100 personas encuestadas, 97 respondieron a la siguiente pregunta: ¿Considera que durante el inicio de la pandemia estaba recibiendo un exceso de información sobre el tema? El resultado fue que la gran mayoría de encuestados consideran que recibieron un exceso de información sobre el tema: un 88,6%. Solamente un 13.4% no considera que se produjo dicha sobrecarga informativa (Véase gráfica 1).

Otra de las preguntas de la encuesta buscaba conocer si la sobrecarga informativa había causado una sensación de saturación en la población española. Se pidió a los encuestados que puntuasen del 1 al 5 su nivel de saturación por la cantidad de información recibida durante la pandemia. Los resultados muestran que un 54% de las 100 personas encuestadas se situaron en el 5, lo que significa que sintieron mucha saturación por la cantidad de información recibida durante la pandemia. Un 36% se situó en el 4, lo que implica que también se sintieron considerablemente saturados. Un 5 % se situó en el 3, lo que significa que se sitúan en el medio. Un 2% se situó en el 2 y un 3% en el 1, por lo tanto, se puede concluir que la mayoría de los encuestados se sintieron muy saturados por la cantidad de información recibida. (Véase gráfica 2)

## **5.2. Sensacionalismo en los medios de comunicación durante las primeras etapas de la pandemia**

La sobrecarga informativa, consecuencia de la desesperación general por conseguir información durante el confinamiento, estuvo caracterizada por noticias de todo tipo. Esto quiere decir que los ciudadanos estaban recibiendo noticias con encuadres o marcos de interpretación muy diferentes. En este apartado el objetivo es analizar noticias o publicaciones de diferentes medios de comunicación con la finalidad de comprender en cuales de ellas predominó el sensacionalismo, es decir, la exageración de noticias o distorsión de los acontecimientos que tiene el objetivo de conseguir audiencia.

Para realizar este análisis de contenido, se analizarán los diferentes titulares, y las respectivas imágenes de periódicos tanto de ideología más conservadora, como los que se acercan más a una ideología de izquierdas. El objetivo es comparar la manera de informar de los varios periódicos, de tal manera que se puedan ver los encuadres de diferentes tipos. Se busca encontrar publicaciones con encuadres alarmistas o meramente políticos, es decir, publicaciones que se puedan considerar sensacionalistas. Para cumplir los objetivos del análisis, se realizará un estudio cualitativo de las portadas tanto en la prensa impresa como en la prensa digital.

Para poder comparar los encuadres de la prensa de diferentes ideologías, se analizarán titulares e imágenes de los siguientes periódicos: *El Mundo*, *El País*, *el ABC*, y *El Periódico*. *El Mundo* y *El País* son los principales periódicos del país, por lo que tienen gran relevancia en este estudio. *El Mundo* se puede considerar un periódico de ideología centroderecha, y *El País* de centroizquierda. Por otro lado, el periódico *ABC* sirve como ejemplo de prensa de ideología conservadora que es bastante crítica con el gobierno, mientras que *El Periódico* se considera un periódico de izquierdas, que suele apoyar al gobierno.

### 5.2.1. Comparación de los encuadres de las portadas de prensa impresa

El día 14 de marzo de 2020, cuando se inició el estado de alarma en España, estos fueron los titulares de *El Mundo*, *El País*, el *ABC* y *El Periódico* en la prensa impresa:



Portada *El Mundo* (14/03/20)



Portada *El País* (14/03/20)



Portada *ABC* (14/03/20)



Portada *El Periódico* (14/03/20)

*El Mundo* publicaba el titular: “Alarma en diferido”, acompañado de una imagen de Pedro Sánchez publicada por la Moncloa en la que aparece el presidente del gobierno en una reunión interministerial realizada por videoconferencia. Se trata de un enfoque político, pues el foco se pone en la manera de anunciar el estado de alarma por parte del gobierno, y se crítica el anuncio del decreto 24 horas antes de su aprobación.

*El País* publicó el titular: “El Gobierno declara el estado de alarma durante 15 días”. Además, utiliza la misma fotografía que *El Mundo* en su portada. Aunque el encuadre es parecido al de *El Mundo*, pues el Gobierno también está en el foco; la portada no se centra en criticar la manera del gobierno de declarar el estado de alarma, sino que simplemente describe los hechos. Podría considerarse menos sensacionalista que la anterior.

El *ABC* publicó el titular: “Estado de confusión”. La imagen es diferente a la de las portadas de *El Mundo* y *El País*, en este caso aparecen personas viendo las imágenes de Sánchez anunciando el Estado de Alarma en un bar de Galicia. Es sin duda la portada más crítica con el gobierno de las analizadas. El foco, al igual que en la portada de *El Mundo*, se pone en la manera de anunciar el estado de alarma por parte del gobierno, acusando al gobierno de causar ansiedad entre la población. El titular podría ser considerado como sensacionalista, pues cambia la palabra alarma de “Estado de Alarma” por la palabra confusión, se trata de un titular más llamativo que los anteriores.

Por último, *El Periódico* escribió como titular: “España, en alarma”. La imagen muestra un control de acceso a una ciudad confinada el día anterior. Esta portada es la única que no tiene un encuadre político, pues no se menciona al gobierno en el titular, ni tampoco aparece en la imagen de su portada. El titular hace hincapié en la alarmante situación a la que se enfrentaba el país. El subtítular en este caso sí menciona al gobierno, pero no lo hace de forma negativa.

En los titulares de los periódicos impresos al día siguiente de que se anunciara el estado de alarma, predominaron los titulares con un encuadre político, especialmente en *El Mundo* y en el *ABC*. En estos casos tanto los titulares como las imágenes utilizadas llevaban la atención del lector al Gobierno. En estos casos, las portadas podrían ser consideradas como sensacionalistas puesto que dan más importancia a la cuestión política que a la situación a la que se iban a enfrentar los ciudadanos durante las siguientes semanas.

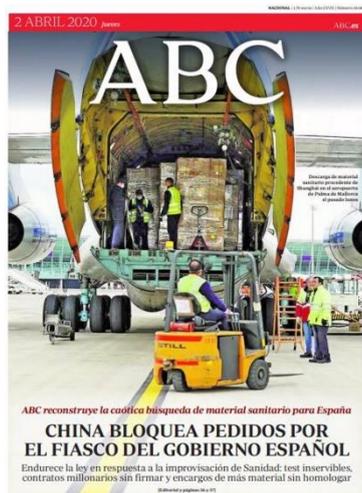
El día 2 de abril de 2020 España se encontraba en una situación crítica, durante los días anteriores se había llegado al pico de fallecimientos diarios. Sin embargo, la situación comenzaba a mostrar algo de mejora al producirse un descenso de las hospitalizaciones. Estas fueron las portadas de esa mañana:



Portada *El Mundo* (02/04/20)



Portada *El País* (02/04/20)



Portada *ABC* (02/04/20)



Portada *El Periódico* (02/04/20)

*El Mundo* publicó el titular: “España desoyó las llamadas de la OMS y la UE a hacer acopio de material”. El titular tiene un encuadre político, aunque no mencione directamente al gobierno, pues en el subtítulo menciona directamente al ministro de sanidad. En la portada aparece un segundo titular de una noticia secundaria: “hoy es el primer día que creo que vamos a vencer al virus”. Una frase utilizada por uno de los Médicos del Infanta Leonor de Madrid. La imagen utilizada en este caso corresponde al titular de la noticia secundaria de la portada. En este caso el titular tiene un encuadre tranquilizador y positivo, sin embargo, la imagen utilizada en este caso no parece demasiado esperanzadora. En la imagen utilizada se puede observar la crítica situación que se vivía en los hospitales en ese momento.

*El País* escribió el titular: “El Mercado de trabajo sufrió en marzo un batacazo sin precedentes”. En este caso, el foco está puesto en las consecuencias de la crisis del coronavirus en el mercado de trabajo. Por otro lado, el titular de la noticia secundaria de la portada dice: El descenso de las hospitalizaciones, señal de esperanza. Al igual que en la portada de *El Mundo*, este titular tiene un encuadre esperanzador, sin embargo, la imagen que aparece debajo muestra a una chica llevándose las manos a la cabeza en un hospital, por lo que parece contradecir el mensaje del titular.

El *ABC* escribió: “China bloquea pedidos por el fiasco del gobierno español”. La imagen utilizada es de un avión llegado de china descargando material sanitario en España. En este caso se mantiene el encuadre político, el *ABC* utiliza este titular para criticar directamente al gobierno, y utiliza la palabra “fiasco”, acusando directamente al gobierno de engañar. El titular da la impresión de que no están llegando material sanitario de China a España, aunque la imagen utilizada contradice este titular.

*El Periódico* publicó el titular: “Los sanitarios exigen protección”. El titular está acompañado de una imagen en la que aparecen sanitarios envueltos en plásticos para protegerse del virus mientras tratan con pacientes. En este caso, el Periódico utiliza su portada para denunciar una situación de precariedad. La imagen fue tomada en el hospital improvisado de la Feria de Madrid. Aunque en la portada no tiene contenido político como tal, si tiene algo de importancia que se ponga el foco en la comunidad de Madrid, ya que la sanidad está en manos de la oposición al gobierno, altamente criticada por este periódico.

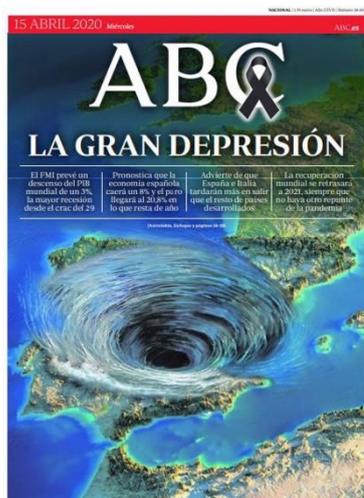
El día 15 de abril de 2020 las portadas de los cuatro periódicos analizados mostraron enfoques bastante relacionados con la situación económica a la que se enfrentaba el país, además de las consecuencias que la pandemia tendría en el futuro cercano:



Portada *El Mundo* (15/04/20)



Portada *El País* (15/04/20)



Portada *ABC* (15/04/20)



Portada *El Periódico* (15/04/20)

*El Mundo* publicó el titular: “La crisis se cebará con España por su gestión del coronavirus”. El titular tiene un encuadre económico, aunque usa un vocabulario bastante catastrofista: “se cebará”, e incluye un enfoque algo político “por su gestión”, refiriéndose a la gestión del gobierno. Por otro lado, el titular de la noticia secundaria dice “he entendido que no siempre voy a vencer a la muerte”. Es la frase de un anciano con el que habló un periodista del mundo que hizo un reportaje después de pasar una jornada de urgencias con un médico del SAMUR. Sin duda lo que más llama la atención de esta portada es la imagen utilizada que se sacó de la jornada de urgencias mencionada anteriormente.

En la imagen aparece un fallecido por COVID-19. La imagen abrió un fuerte debate sobre la utilización de este tipo de imágenes. Muchas personas consideraron la imagen como un atentado hacia la dignidad de la persona fallecida, mientras otras consideraron que era importante mostrar este tipo de imágenes para mostrar la realidad de las personas que fallecían solas en sus casas durante la pandemia. En todo caso, es una imagen de contenido altamente sensible cuyo propósito es llamar la atención del lector.

En *El País*, el titular de ese mismo día dice: “El FMI prevé un paro del 21% y una caída del PIB del 8% este año”. En este caso, el titular es meramente económico, y en él se utilizan datos reales dados por el FMI. Sin embargo, no utiliza un lenguaje catastrofista, simplemente expone los datos. En la imagen, aparece el presidente de Estados Unidos del momento, Donald Trump.

El *ABC* publicó el titular: La gran depresión. Acompañado de una imagen de una ilustración en la que aparece un tornado absorbiendo España. La portada pone el foco en la situación económica a la que se enfrentaba el país. Tanto el vocabulario utilizado en el titular como la imagen que lo acompañan tienen un carácter altamente catastrofista.

Por último, *El Periódico* publicó: El mundo se asoma a otra gran depresión. En este caso, el titular es muy parecido al utilizado por el *ABC*, lo cual es sorprendente teniendo en cuenta sus diferencias ideológicas. Sin embargo, la diferencia más visible es que mientras el *ABC* pone el foco en la depresión a la que se enfrenta España, el *Periódico* se refiere a la depresión a la que se asoma el mundo en general. La imagen utilizada no tiene relación con el titular, pues simplemente muestra un control de movilidad en una estación de Cataluña.

La revista científica *El profesional de la información* realizó una encuesta a 1.122 personas durante el confinamiento para analizar cómo perciben los ciudadanos la cobertura mediática realizada por los medios durante esta fase de la pandemia. La investigación concluyó que la mayoría de los ciudadanos encuestados afirmó que los medios estaban tratando informativamente la pandemia de forma sensacionalista, y que generaban alarma social innecesariamente (Masip et al, 2020, p.8).

Además, el 77,36% de los encuestados se mostró de acuerdo en que los medios estaban condicionados por su línea editorial a la hora de informar sobre la pandemia. Es decir, los ciudadanos consideran que hay un sesgo ideológico que influye directamente en la manera de informar en los medios de comunicación (Masip et al, 2020, p.9). El sesgo ideológico es lo más visible en las portadas analizadas anteriormente, puesto que la alineación ideológica está presente en todas ellas. Mientras las portadas de *El Mundo* y el *ABC* se muestran críticas con el gobierno en todo momento, las portadas de *El País* y *El Periódico* tienen un enfoque menos político.

En la encuesta realizada para este Trabajo de Fin de Grado se buscaba conocer la perspectiva de la población sobre los enfoques sensacionalistas de los medios durante la pandemia. En este caso, la encuesta buscaba conocer la opinión de las personas sobre el nivel de sensibilidad utilizado en los medios de comunicación a la hora de informar. A las 100 personas encuestadas se les preguntó: ¿Qué nivel de sensibilidad considera que ha habido en los medios de comunicación a la hora de informar sobre la pandemia? (ejemplo: utilización de imágenes o de historias personales).

Los encuestados debían situarse en una escala del 1 al 5, el 1 significaba poca sensibilidad y el 5 mucha sensibilidad. El 20% de los encuestados respondió que ha habido poca sensibilidad a la hora de informar, el 28% se situaron en el 2, lo que significa que consideran que ha habido bastante poca sensibilidad, otro 28% se sitúa en el medio, lo que implica que estas personas no consideran que hubiera ni mucha ni poca sensibilidad. Un 12% se situaron en el 4, y otro 12% en el 5. Se podría concluir que la mayoría de los encuestados consideran que no hubo suficiente sensibilidad a la hora de informar durante la pandemia. (Véase gráfica 3)

### **5.3. La insensibilización causada por la sobreinformación y el sensacionalismo**

En este apartado se plantea la posibilidad de que a medida que avanzaba la pandemia, la población se fuera volviendo más insensible a las noticias o al contenido en redes sociales relacionados con temas de alta sensibilidad como los fallecimientos causados por la pandemia. La causa de esta insensibilización general sería la exposición a una gran cantidad de información de alta sensibilidad durante meses.

Esta es la hipótesis que planteó una investigación de la Universidad de California-Davis (EEUU) en 2021. Durante 11 meses, el equipo utilizó un método computacional para analizar el nivel de ansiedad por el lenguaje en cientos de noticias sobre Covid-19 publicadas en Twitter, así como el nivel de ansiedad en los tweets de los usuarios correspondientes. Luego, correlacionaron los resultados con las muertes por covid-19 en EE. UU.

Los resultados mostraron que mientras el número de fallecimientos aumentaba, el vocabulario relacionado con la ansiedad en los artículos de noticias descendía. En el caso de Estados Unidos, aunque aumentaban los fallecimientos y la situación empeoraba, en las publicaciones de Twitter se compartían menos artículos de noticias que contuvieran palabras como “peligro”, “preocupación” o “amenaza” de los que se compartían al principio de la pandemia. El artículo muestra los efectos de los mensajes informativos que inducen al miedo durante una pandemia en el comportamiento de los ciudadanos (Stevens, 2021, p.6).

La investigación pone de manifiesto los problemas que causó la insensibilización de la población a la hora de enfrentarse a las partes más duras de la pandemia, ya que muchos ciudadanos comenzaron a no seguir las recomendaciones de los expertos sanitarios para luchar contra el virus. Concluye que, aunque los mensajes informativos que inducen al miedo alentaron a las personas a tomar medidas para manejar la amenaza, la sobreexposición a estos mensajes insensibilizó a las personas con el tiempo (Stevens, 2021, p.9).

La autora advierte de que, si surge otra crisis sanitaria, o si el COVID-19 volviese a empeorar “será importante que los expertos en salud pública piensen en cómo comunicarse

con un público insensible”. Por ello, afirma que debería probarse la efectividad de diferentes estrategias de comunicación de riesgos para la salud, ya que “podría significar la diferencia entre la vida y la muerte en el futuro” (Stevens, 2021, p.9).

Aunque se trata de una investigación realizada en Estados Unidos, se podría afirmar que en España se ha visto un comportamiento parecido por parte de la población. Durante el inicio de la pandemia, cuando se publicaba una gran cantidad de contenido que inducía al miedo, tanto en los periódicos como en las redes sociales, la población estaba muy concienciada sobre la necesidad de protegerse de la enfermedad. Sin embargo, con el tiempo más y más personas parecían incumplir las medidas recomendadas por los expertos sanitarios, aunque se tratase de momentos en los que hubiese una gran cantidad de fallecimientos.

En la encuesta realizada para este Trabajo de fin de Grado se buscaba conocer la perspectiva de la población española en cuanto a este tema. A las 100 personas encuestadas se les preguntó: ¿Siente que a raíz de la cantidad de información recibida se volvió insensible a las noticias a medida que pasaba el tiempo? Los encuestados debían situarse en una escala del 1 al 5. El 1 significando que se volvieron un poco insensibles y el 5 que se volvieron muy insensibles. Un 32% se situaron en el 5, y un 39% en el 4. Esto implica que la mayoría de los encuestados se volvieron muy, o bastante insensibles a este tipo de noticias. El 17% se situó en el 3, lo cual implica que se encuentran en el medio. El 7% se situó en el 2, y el 5% en el 1. A raíz de estas respuestas se puede concluir que la sobrecarga informativa si causó una insensibilización de los ciudadanos a medida que avanzaba la pandemia. (Véase gráfica 4)

Para conocer la opinión de la población sobre lo que esta insensibilización puede significar en el caso de que se produzca esta crisis sanitaria, se preguntó a los encuestados: ¿Cree usted que en caso de que haya otra crisis sanitaria sería más difícil informar a la población, a causa de que está se ha vuelto considerablemente insensible a este tipo de información? De las 100 personas encuestadas, un 61% respondió que si que sería más difícil informar, mientras que un 39% opina lo contrario. Por lo tanto, se podría concluir que la mayoría de las personas creen que la insensibilización causada por la sobrecarga informativa durante la pandemia tendrá consecuencias a la hora de informar sobre crisis sanitarias en el futuro. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que existe un porcentaje considerable de

personas que no considera que dichas consecuencias se vayan a producir. (Véase gráfica 5)

#### **5.4. Desinformación y redes sociales**

Durante los inicios de la pandemia de Covid-19, un momento en el que la población estaba desesperada por conseguir información verídica, se extendieron una gran cantidad de bulos y desinformación. De entre los medios de comunicación de transmisión masiva de la información, las redes sociales fueron el canal por el cual se transmitió la información menos fiable. Esto ocurrió por varias razones, pero principalmente porque cualquier ciudadano, sin ser experto en el área sanitaria, podía transmitir información a través de este medio.

Las redes sociales se convirtieron en la manera más rápida de transmitir información sobre la pandemia, de tal manera que cualquiera podía acceder a cualquier información transmitida desde cualquier parte del mundo (Brindha et al., 2020). Los bulos se transmitían especialmente en redes como Facebook, Twitter y Whatsapp. En algunos casos, los usuarios transmitían información falsa deliberadamente, mientras en otros, se hacía de forma accidental.

El director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, señaló la necesidad de tomar medidas urgentes para hacer frente a la "infodemia de coronavirus": "Una sobreabundancia de información –alguna exacta y otra no– que hace difícil que la gente encuentre fuentes dignas de crédito y fiables" (Organización Mundial de la Salud, 2020)

Un estudio realizado en la Universidad Carlos III de Madrid identificó los temas principales tratados por los bulos difundidos a través de las redes. Entre ellos se encuentran los temas relacionados con la evolución de la enfermedad y los contagios, las formas y métodos de prevención, las medidas adoptadas en la lucha contra la pandemia, y otro tipo de cuestiones como conspiraciones.

Un estudio realizado por la revista científica *El profesional de la información* identificó tanto las plataformas en las que más información falsa se transmitía durante los inicios de la pandemia, como las temáticas de los bulos, concretamente entre el 14 de marzo de 2020 y el 13 de abril de ese mismo año. Se recogió una muestra de 292 bulos. Los resultados muestran que las redes sociales son con gran diferencia, el principal canal de difusión de bulos (89,1%) (Salvarrería et al, 2020, p.7).

Dentro de las redes sociales analizadas, se descubrió que WhatsApp era la plataforma donde más bulos se compartían, un 24,7%, seguido por Twiter (14,1%), Facebook (4,6%), y Youtube (3.6%). El estudio también revela los formatos más frecuentes en la difusión de información falsa a través de las redes: la mayor parte de los bulos se transmiten a través de texto, aunque también hay una gran cantidad de falsedades transmitidas as través de imágenes, audios o videos (Salvarrería et al, 2020, p.7).

En cuanto a la temática, se crearon tres categorías en las que dividir los bulos: ciencia y salud, política y gobierno, y otros. Se descubrió que la mayoría de los bulos, un 34,9%, correspondía a la categoría de Ciencia y Salud. Dentro de esta categoría, se descubrió que los temas que más aparecían fueron: el origen del virus (mayoritariamente), la letalidad del virus, falsas interpretaciones sobre tratamientos y vacunas, falsas recomendaciones sanitarias, falsedades sobre la gestión sanitaria y bulos difundidos por supuestos sanitarios o atribuidos falsamente a instituciones de salud pública (Salvarrería et al, 2020, p.9).

Por otro lado, el 26,7% correspondía a la categoría de Política y Gobierno. Dentro de esta categoría, los temas más presentes fueron: la gestión del Gobierno, seguido por los políticos y los partidos políticos, las políticas de tipo internacional, y por último las políticas de tipo autonómico. Otros temas ocuparon un 38,4% de los bulos (Salvarrería et al, 2020, p.9).

La difusión de desinformación y bulos a través de las redes sociales al inicio de la pandemia supuso un serio peligro para la salud pública por varias razones. El problema principal fue que este tipo de información podía llevar a la gente a tomar medidas sanitarias que no están basadas en la ciencia. Por ejemplo, podía suponer la utilización de tratamientos potencialmente peligrosos cuya efectividad contra el virus no estaba demostrada. Además,

la difusión de desinformación causó pánico y miedo, que produjo la sobre-reacción de algunas personas, cuyos comportamientos fueron perjudiciales para la población.

Un claro ejemplo de cómo el pánico causado por la desinformación puede causar reacciones perjudiciales es la desinformación que se difundió sobre la posibilidad de un desabastecimiento nacional en los supermercados, que solamente provocó las compras excesivas causadas por el pánico, que llevó a desabastecimientos reales en algunos supermercados.

Tal fue la gravedad del problema al principio de la pandemia, que las plataformas de redes sociales tuvieron que implementar medidas para luchar contra la desinformación en redes sociales, algunas plataformas han implementado diferentes herramientas. En el caso de Facebook, Twitter e Instagram, todas ellas han implementado sistemas de “fact-checking”. Este tipo de sistemas sirven para identificar y marcar información falsa relacionada con el COVID-19. Estos sistemas de verificación alertan a los usuarios de si el contenido que están a punto de compartir ha sido marcado como falso. Por otro lado, también han promovido la información veraz, salida de fuentes confiables como la Organización Mundial de la Salud.

Estas plataformas también se han llenado de etiquetas de advertencia, que indican el daño potencial del contenido relacionado con la pandemia. Son sistemas de alerta sobre los posibles peligros de determinadas publicaciones, además, también incitan a considerar la validez de la información antes de compartirla. Por otro lado, algunas plataformas de redes sociales han tomado medidas más drásticas como la eliminación de contenidos que infringen sus políticas de desinformación, particularmente contenidos que pueden provocar daños físicos, como los tratamientos o curas no probados.

En la encuesta realizada para este TFG se buscaba conocer qué medios de comunicación utilizó la población española para informarse sobre noticias relacionadas con el Covid-19. A raíz de estas respuestas, se ha buscado una relación entre las personas que utilizaron más las redes sociales y la cantidad de información falsa que recibieron. Se pidió a los 100 encuestados que respondieran a esta pregunta: Durante los inicios de la pandemia de COVID-19, ¿De qué medio de comunicación recibía la mayoría de información sobre el tema? Se les pidió que ordenasen varios medios por orden de cantidad de información

recibida de cada uno. El medio de comunicación de donde recibieron más información los encuestados fue la televisión, pues 37 personas lo situaron como el medio de donde más información recibieron. En el caso de las redes sociales 31 personas lo eligieron como su medio más utilizado para recibir información durante los inicios de la pandemia. (Véase gráfica 6)

Por otro lado, se preguntó a los encuestados: ¿Qué cantidad de información falsa considera que recibió durante los inicios de la pandemia de Covid-19? Se les pidió que se situaran en una escala del 1 al 5, el 1 significando poca, y el 5 mucha. Un 35,7% de los encuestados respondieron que recibieron mucha información falsa (situándose en el 5), un 30,6% se situaron en el 4, lo que implica que recibieron bastante información falsa. Un 30,6% se situó en el 3 (ni mucha ni poca información falsa), y un 3,1 % en el 2. Se puede concluir que la mayoría de los encuestados consideran que recibieron una gran cantidad de información falsa durante los inicios de la pandemia. (Véase gráfica 7)

Para conocer la relación entre las personas encuestadas que recibieron la mayoría de la información en redes sociales, y la cantidad de información falsa que recibieron, se han analizado las respuestas de todas las personas que situaron las redes sociales como el medio que más utilizaron para recibir información durante la pandemia. De las 31 personas que utilizaron las redes sociales como principal medio para recibir información, 24 personas se situaron entre el 4 y el 5 en la pregunta sobre la cantidad de información falsa que recibieron. 5 personas se situaron en el 3, y dos personas no respondieron. Teniendo en cuenta esta información, se podría concluir que todas las personas que utilizaron las redes sociales como medio principal para recibir información durante la pandemia recibieron una cantidad de información falsa considerable.

Otra de las preguntas de la encuesta dice así: ¿Qué medio de comunicación suele utilizar más para informarse sobre la actualidad? De nuevo, los encuestados debían ordenar los medios por orden de preferencia. Los resultados muestran que las redes sociales son el medio más utilizado por los encuestados para informarse sobre actualidad. (Véase gráfica 8). Por otro lado, se preguntó a los encuestados que medio consideraban más fiable, pidiéndoles que los ordenen del más fiable al menos fiable. En este caso los resultados dejan a las redes sociales en el último lugar, situado como el medio de comunicación menos fiable. Por lo tanto, se puede concluir que existe una contradicción en las respuestas, pues,

aunque las redes sociales sean el medio más utilizado para recibir información sobre la actualidad, también es considerado el menos fiable. (Véase gráfica 9) A los encuestados también se les preguntó si las redes sociales fueron una ayuda a la hora de recibir información durante la pandemia. La mayoría respondieron que sí (un 71,7%) mientras que un 28,3% respondió que no. (Véase gráfica 10)

¿Por qué los encuestados usan tanto las redes sociales para informarse de la actualidad si las consideran el medio menos fiable? Según el Digital News Report 2022 desarrollado por el Instituto Reuters, son los más jóvenes los que más utilizan las redes sociales para informarse sobre la actualidad, pues un 39% de las personas entre 18 y 24 años utilizan este medio de comunicación como fuente principal. Esto no ocurre solo en España, pues los datos incluyen a otros 11 países. Según el estudio los jóvenes eligen las redes sociales para informarse porque se sienten atraídos por el estilo informal y entretenido de las redes sociales, y describen este contenido como más personalizado y diverso que la televisión. Además, consideran las redes sociales como un buen recurso para informarse sobre acontecimientos que cambian con gran rapidez, así como un lugar donde encontrar contenido sobre intereses específicos (Reuters Institute, 2022)

### **5.5. El impacto de los medios de la comunicación en la salud mental de la población durante la pandemia**

Durante pandemias mundiales, como es el caso del Covid-19, una buena comunicación de crisis es indispensable para disipar los temores, la incertidumbre, y unificar a las personas en la lucha contra el virus. Sin embargo, una mala comunicación de crisis puede acarrear consecuencias tanto personales como económicas. Existen varios estudios que demuestran que el exceso de noticias relacionadas con la tasa de infección y mortalidad por covid-19 aumentan considerablemente el riesgo de la población de sufrir problemas de salud mental (Su et al, 2021, p.1)

La Organización Mundial de la Salud define salud mental como “un estado de bienestar en el que el individuo se da cuenta de sus propias capacidades puede afrontar las dificultades normales de la vida, puede trabajar de manera productiva, y es capaz de contribuir a su comunidad” (OMS, 2004). Durante la pandemia de covid-19, han aumentado los temores,

la incertidumbre, y la ansiedad de muchas personas. Estos sentimientos, junto a las sensaciones de aislamiento y soledad producidas por medidas como el confinamiento, han exacerbado los problemas de salud mental en la sociedad (Su et al, 2021, p.2).

Además de los problemas de salud mental causados por la pandemia como tal, y las medidas impuestas para controlarla, la sobreinformación relacionada con el virus parece haber empeorado la situación. Los medios de comunicación, especialmente al principio de la pandemia, difundieron un exceso de información sobre el tema sin tener apenas en cuenta cómo la cobertura mediática relacionada con la pandemia podía influir en la salud mental de las personas.

La OMS denominó los efectos psicológicos producidos por la pandemia y las medidas tomadas para controlarla “pandemia paralela”. Además, el director general de la OMS declaró que “los efectos indirectos del covid-19 pueden ser mayores que el número de muertes debidas al virus en sí” (Adhanom, 2020).

Un estudio realizado por la revista médica “Journal of Affective Disorders”, analiza los problemas psicológicos identificados durante los inicios de la pandemia en China, España, Italia, Irán, Estados Unidos, Turquía, Nepal y Dinamarca. Los aumentos en los síntomas de problemas psicológicos al inicio de la pandemia fueron los siguientes: ansiedad (del 6,33% al 50,9%), depresión (del 14,6% al 48,3%), estrés postraumático (del 7% al 53,8%), malestar psicológico (del 34,43% al 38%) o estrés (del 8,1% al 81,9%). También se identifican en este estudio los factores de riesgo, uno de los cuales es la exposición frecuente a noticias concernientes a la pandemia en los diferentes medios de comunicación (Xiong, 2021, p.57)

Existe una gran escasez de estudios sobre cómo los medios de comunicación han impactado la salud mental de la población española. Sin embargo, existen numerosos estudios que demuestran que definitivamente la pandemia ha empeorado la salud mental de la sociedad, especialmente durante el confinamiento. Además, en estos estudios se suele identificar la exposición excesiva a noticias relacionadas con la pandemia como uno de los principales factores de riesgo.

Por otro lado, las redes sociales significaron en la época del confinamiento una manera de relacionarnos entre nosotros. Por lo tanto, se podría argumentar que algunas plataformas de mensajería como Whatsapp, sirvieron para conseguir una menor sensación de aislamiento social. Es de gran importancia tener en cuenta los efectos positivos que las redes sociales tuvieron en este sentido, sin embargo, también fueron el lugar en el que se produjo un exceso de información, y donde se compartió la mayoría de información falsa.

Para conocer los efectos de los medios de comunicación en la salud mental de la población, en la encuesta realizada para este TFG se formuló la siguiente pregunta: ¿En algún momento de la pandemia ha sentido ansiedad o angustia por la cantidad de información recibida, o por los recursos utilizados por los medios para informar sobre el tema? Un 71% de las 100 personas encuestadas respondió que sí, mientras que un 29% respondió que no (Véase gráfica 11). Se puede concluir que la mayoría de las personas encuestadas han sufrido ansiedad o angustia en algún momento de la pandemia en relación a la información difundida por los medios de comunicación.

## 5.6. Conclusión

El 5 de mayo de 2023, la Organización Mundial de la Salud declaró el fin del COVID-19 como emergencia sanitaria internacional. Por lo tanto, ha llegado un momento en el que los ciudadanos pueden coger algo de perspectiva y reflexionar sobre las lecciones aprendidas para las futuras crisis sanitarias. El presente Trabajo de Fin de Grado tiene la intención de señalar los problemas que se han producido en los medios de comunicación en España durante la pandemia, así como dar luz a las consecuencias para la salud mental de los ciudadanos que podrían haber sido evitadas.

Para empezar, después de investigar la perspectiva de los ciudadanos españoles sobre la cantidad de información recibida durante los inicios de la pandemia, se puede concluir que se produjo una sobrecarga informativa con efectos contraproducentes en la población. Aunque el inicio de la pandemia fue un momento en el que recibir información sobre el tema era de gran importancia, los ciudadanos afirman haberse sentido saturados por la cantidad de información recibida.

Durante los inicios de la pandemia, los ciudadanos necesitaban información clara y útil. Sin embargo, se produjeron una gran cantidad de noticias de carácter sensacionalista. Esto quiere decir que mucha de la información que se transmitió tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales, tenía otras intenciones que iban más allá de informar a los ciudadanos sobre cuál era la situación sanitaria y cuáles eran las medidas que debían tomar. En el análisis de portadas de periódicos de diferentes ideologías realizado para este Trabajo de Fin de Grado, se ha podido observar el sesgo ideológico que se produjo a la hora de informar sobre la pandemia.

Además, a través de las redes sociales los ciudadanos recibían una gran cantidad de información de poca utilidad. En muchas ocasiones los propios ciudadanos incitaban al miedo a otros ciudadanos a través de las redes sociales, o compartían información de carácter engañoso. Las redes sociales fueron el medio de comunicación en el que más información falsa se transmitió.

Este tipo de información se convirtió en un peligro tanto para la salud mental de los ciudadanos, como para su salud física, pues se compartían remedios falsos para tratar la

enfermedad que podían ser peligrosos. A raíz de los problemas que produjo la facilidad de transmitir información falsa sobre la pandemia a través de las redes sociales, se han introducido herramientas en todas ellas que luchan contra la desinformación y el contenido sensible.

Tanto la sobrecarga informativa como el sensacionalismo durante la pandemia llevaron al deterioro de la salud mental de los ciudadanos. Los efectos que los medios de comunicación durante la pandemia han tenido en la salud mental de los ciudadanos ha sido poco estudiado hasta el día de hoy. Aun así, existen numerosos estudios que hablan de las consecuencias de la pandemia en la salud mental de la población. En todos ellos se habla de los efectos que causó el aislamiento social o la incertidumbre a la que se enfrentaron los ciudadanos, y en muchos de ellos se habla del impacto de la continua exposición a noticias relacionadas con la pandemia.

Los medios de comunicación tuvieron un rol muy importante al inicio de la pandemia de Covid-19. Tanto a través de los medios tradicionales, como a través de las redes sociales se compartió información de gran utilidad para los ciudadanos. Además, gracias a las redes sociales los ciudadanos españoles pudieron compartir sus experiencias y sentirse menos aislados socialmente durante los confinamientos. Sin embargo, no toda la información que se transmitió tuvo la intención de informar sobre la situación sanitaria y guiar a los ciudadanos sobre como debían actuar. Esto llevó a una sobrecarga informativa que ha tenido efectos graves en la salud mental de los ciudadanos y que incluso puede haberles vuelto insensibles a este tipo de noticias.

En el futuro se producirán nuevas crisis sanitarias, y los medios de comunicación deben estar preparados para responder de manera más productiva y menos dañina. En momentos de gran incertidumbre, se debe priorizar la transmisión de información sanitaria comunicada por expertos. Se debe evitar la información que incite al pánico o que tenga encuadres meramente políticos en momentos tan críticos como fue el inicio de la pandemia de Covid-19. Además, las redes sociales deben seguir luchando contra la desinformación para que en una futura crisis sanitaria se pueda luchar contra la transmisión de bulos.

Por último, se debe tener en cuenta la salud mental de los ciudadanos a la hora de informar. La sobrecarga informativa y el sensacionalismo utilizado para transmitir información

durante la pandemia ha influido en la creación de fobias y trastornos de ansiedad. Este Trabajo de Fin de Grado concluye que este tipo de consecuencias podrían haber sido evitadas. En un futuro los medios de comunicación deben asumir su responsabilidad en la difusión de información precisa, equilibrada y contextualizada.

## **6. Bibliografía**

Alfárez, N. P. (2020). *Las redes sociales y la COVID-19: herramientas para la infodemia*. *bie3: Boletín IEEE*, (20), 831-853.

Alonso González, M. (2020). *El coronavirus a través de los titulares de El Mundo y La Vanguardia*. *Revista de Comunicación y Salud: RCyS*, 10 (2), 503-524.

Ascencio, C. H. L. (2015). *El sensacionalismo de los riesgos y las catástrofes: un siglo consolidándose en los relatos periodísticos*. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, (5), 35-51.

Gálvez, J. C. (2012). *Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas*. *Universidad Complutense de Madrid*. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/45089/>

Benlloch, C. (2020). *Evolución de los medios de comunicación: sensacionalismo e interacción*. *Bpolitics*, 5, 48-53.

Bretones, M. T. (2008). *Los medios de comunicación de masas: desarrollo y tipos*.

Brindha, D., Jayaseelan, R., & Kadeswaran, S. (2020). *Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: a phenomenological study*.

Chacón-Fuertes, F., Fernández-Hermida, J. R., & García-Vera, M. (2020). *La psicología ante la pandemia de la COVID-19 en España. La respuesta de la organización colegial*. *Clínica y Salud*, 31(2), 119-123.

Costa-Sánchez, C., & López-García, X. (2020). *Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones*. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3).

*El Gobierno decreta el estado de alarma para hacer frente a la expansión de coronavirus COVID-19*.(s.f.).

[https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2020/14032020\\_alarma.aspx](https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2020/14032020_alarma.aspx)

Ferrer, R. (2020). *Pandemia por COVID-19: el mayor reto de la historia del intensivismo. Medicina Intensiva, 44(6), 323-324.* <https://doi.org/10.1016/j.medin.2020.04.002>

García, M. O. (2020). *Redes sociales y acción colectiva: observando el estallido social y la Pandemia. Revista F@ro, 2(32).*

García, M. R. (2013). *El sensacionalismo y su penetración en la prensa española de calidad. El “caso McCann” en «El País», «El Mundo» y «ABC». Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 19(1).* [https://doi.org/10.5209/rev\\_esmp.2013.v19.n1.42519](https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.n1.42519)

Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & Gallego, M. D. C. (2010). *El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. Signo y pensamiento, 29(57), 268-285.*

Jordá, M. T. P. (2013). *La importancia de la tecnología para el ámbito de la comunicación. Historia y comunicación social, 18(1), 481-489.*

Laneve, N. (2014, 17 agosto). *Teorías de la comunicación de masas. Sociólogos | Blog de Actualidad y Sociología.* <https://sociologos.com/2014/08/18/teorias-de-la-comunicacion-de-masas/>

Lázaro-Rodríguez, P., & Herrera-Viedma, E. (2020). *Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. El profesional de la información (EPI), 29(3).*

Lee, L. (2009). *History and development of mass communications. JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION-Volume I, 158.*

Lucas-Viedma Castro, A. (2021). *El deterioro de la salud mental tras la infodemia causada por la COVID-19.*

Martinrey, G. S., & Marín, V. S. (2011). *La revolución digital y la sociedad de la información*. *Revista austral de ciencias sociales*, 20, 121-128. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2011.n20-08>

Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E., & Puertas-Graell, D. (2020). *Onsumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo*. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3).

Meléndez, L. V. (2021). *El rol de las redes sociales en la pandemia del covid-19*. *GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 12(137), 121-132.

Moreno Espinosa, P., Contreras Orozco, J. H., & Román-San-Miguel, A. (2021). *Medios de comunicación, redes sociales y virus del miedo, durante la pandemia de COVID-19*. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 53, 148-160.

Nieto, B. G. (2016). *El consumidor ante la infoxicación en el discurso periodístico*. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*. [https://doi.org/10.5209/rev\\_esmp.2016.v22.n1.52598](https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2016.v22.n1.52598)

Parra-Medina, L. E., & Álvarez-Cervera, F. J. (2021). *Síndrome de la sobrecarga informativa: una revisión bibliográfica*. *Revista De Neurología*, 73(12), 421. <https://doi.org/10.33588/rn.7312.2021113>

Reuters Institute (2022). *Digital News Report 2022*

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M. C. (2020). *Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19*. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3).

Sandín, B., Chorot, P., García-Escalera, J., & Valiente, R. M. (2021). *Impacto emocional de la pandemia de COVID-19 durante el periodo de confinamiento en España: Factores protectores y factores de riesgo/vulnerabilidad*. *Acción Psicológica*, 18(1), 27-44.

Saad, A. S. (2011). *El sensacionalismo o la "insurrección" de las masas*. *Razón y palabra*, (78).

Sanchez, L. P., de Frutos Torres, B., & Martín, A. G. (2020). *La COVID-19 en la prensa española. Encuadres de alarma y tranquilidad en las portadas de El País, El Mundo y La Vanguardia*. *Revista de Comunicación y Salud: RCyS*, 10(2), 355-384.

Stevens, H. R., Oh, Y. J., & Taylor, L. D. (2021). *Desensitization to fear-inducing COVID-19 health news on Twitter: observational study*. *JMIR infodemiology*, 1(1), e26876.

Su, Z., McDonnell, D., Wen, J., Kozak, M., Abbas, J., Šegalo, S., ... & Xiang, Y. T. (2021). *Mental health consequences of COVID-19 media coverage: the need for effective crisis communication practices*. *Globalization and health*, 17(1), 1-8.

Weiner, E. (2022, 29 junio). *The 19th-Century Philosopher Who Predicted Data Overload*. *Medium*. <https://ericweiner.medium.com/the-19th-century-philosopher-who-predicted-data-overload-67eee2af7497>

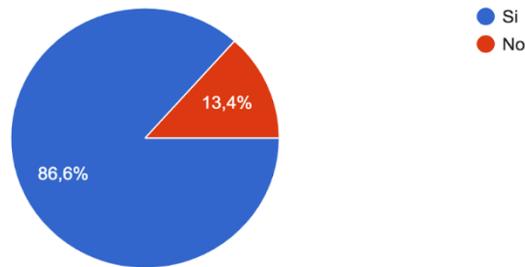
Zamorano, E. (2022, 12 julio). *El filósofo del siglo XIX que predijo la sobrecarga de información que sufrimos hoy en día*. [elconfidencial.com](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2022-07-12/arthur-schopenhauer-filosofo-siglo-xix-informacion_3456808/). [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2022-07-12/arthur-schopenhauer-filosofo-siglo-xix-informacion\\_3456808/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2022-07-12/arthur-schopenhauer-filosofo-siglo-xix-informacion_3456808/)

**Anexo:**

Gráfica 1:

¿Considera que durante el inicio de la pandemia estaba recibiendo un exceso de información sobre el tema?

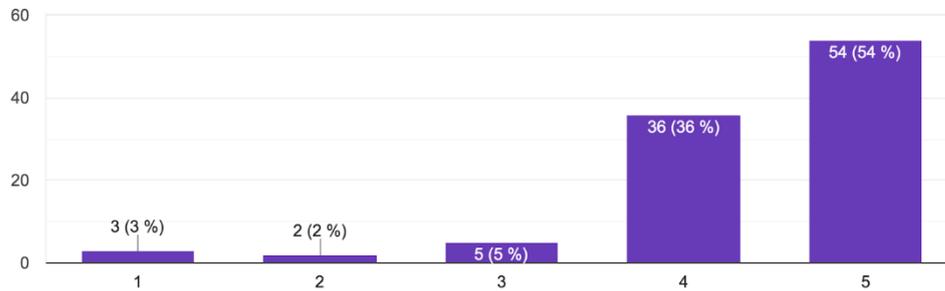
97 respuestas



Gráfica 2:

¿Se ha sentido usted saturado por la cantidad de información que ha recibido durante la pandemia?

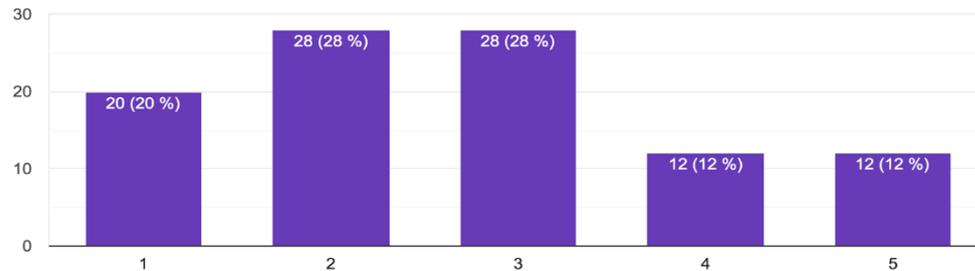
100 respuestas



Gráfica 3:

¿Qué nivel de sensibilidad considera que ha habido en los medios de comunicación a la hora de informar sobre la pandemia? (Ejemplo: utilización de imágenes o de historias personales)

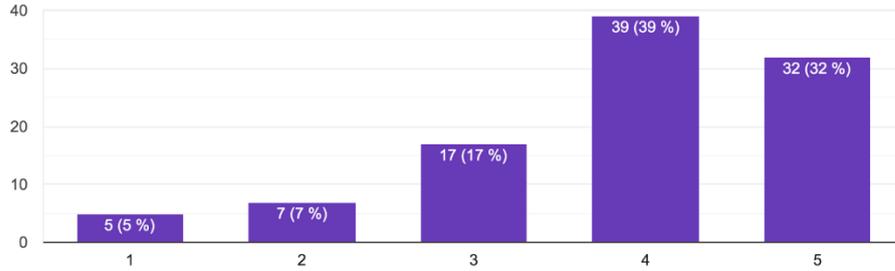
100 respuestas



Gráfica 4:

¿Siente que a raíz de la cantidad de información recibida se volvió insensible a las noticias a medida que pasaba el tiempo?

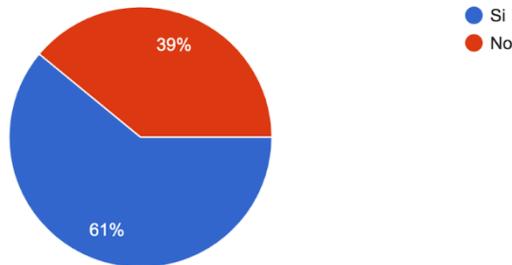
100 respuestas



Gráfica 5:

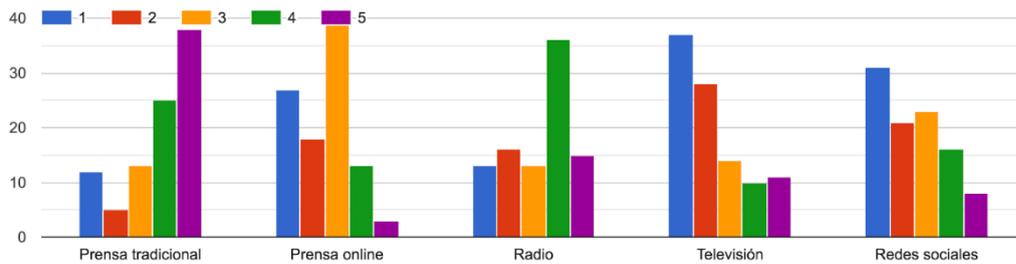
¿Cree usted que en caso de que haya otra crisis sanitaria sería más difícil informar a la población, a causa de que está se ha vuelto considerablemente insensible a este tipo de información?

100 respuestas



Gráfica 6:

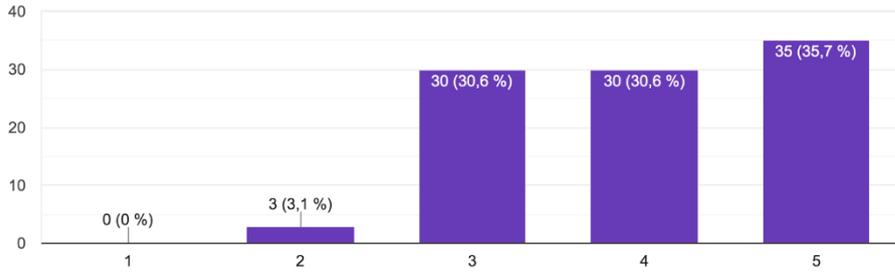
Durante los inicios de la pandemia de COVID-19, ¿De que medio de comunicación recibía la mayoría de información sobre el tema? Ordénelos por orden de prefer...formación recibía. 5º, dónde menos información recibía)



Gráfica 7:

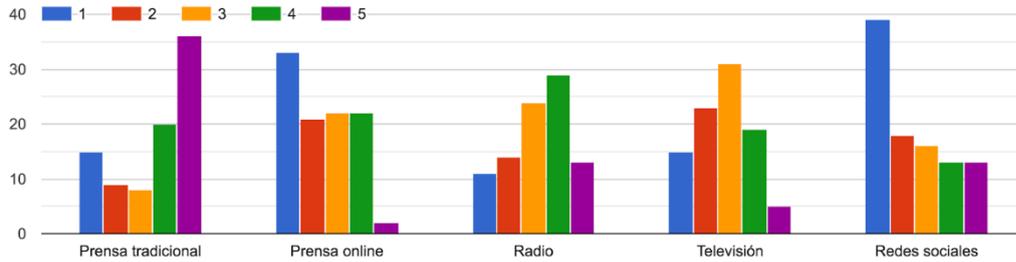
¿Qué cantidad de información falsa considera que recibió durante los inicios de la pandemia de COVID-19?

98 respuestas



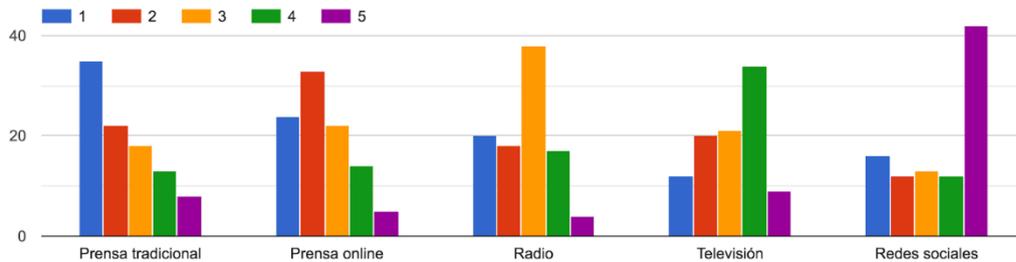
Gráfica 8:

¿Qué medio de comunicación suele utilizar más para informarse sobre la actualidad? Ordénelos por orden de preferencia. (1º, el que más utiliza. 5º, el que menos utiliza)



Gráfica 9:

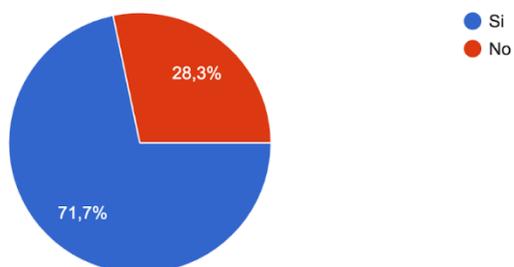
¿Qué medio de comunicación considera más fiable? Ordénelos por orden de preferencia. (1º, el más fiable. 5º, el menos fiable)



Gráfica 10:

¿Cree que las redes sociales fueron una ayuda a la hora de recibir información durante la pandemia?

99 respuestas



Gráfica 11:

¿ En algún momento de la pandemia ha sentido ansiedad o angustia por la cantidad de información recibida, o por los recursos utilizados por los medios para informar sobre el tema?

100 respuestas

