



**Medios, Redes y Pandemia 2020**

Carrera: Ciencias de la Comunicación

Alumno: Joaquín Marchetti

Tutor: Lazizzera Constanza

Director de Carrera: Daniel Gutiérrez



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Bella Vista, 10 de abril 2022

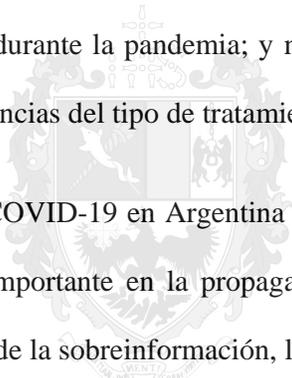
**Palabras clave: medios de comunicación, redes sociales, desinformación, responsabilidad, ética, sensacionalismo, salud mental, miedo, pandemia Covid-19.**

### **Abstract**

Esta investigación busca explicar el efecto o incidencia de los medios de comunicación y de las redes sociales en el comportamiento de la sociedad ante una crisis sanitaria.

Es un estudio de carácter exploratorio en el que se recurre a distintas fuentes de información: estudios académicos que permiten apoyar los conceptos que se abordan y que han estudiado el modo de informar de los medios durante la pandemia; y noticias periodísticas que permiten ilustrar o ejemplificar las consecuencias del tipo de tratamiento dado.

Se sostiene que la pandemia del COVID-19 en Argentina durante los años 2020 y 2021, los medios tuvieron una incidencia importante en la propagación e incremento del miedo y/o “zozobra” en la población a partir de la sobreinformación, las fake news y el sensacionalismo.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Índice

1. Introducción.....	1
2. El Mundo de los Medios de Comunicación.....	7
a. Desarrollo Histórico.....	7
b. Medios: su contraparte.....	10
c. Pandemia Covid-19: “exageración” y percepción de miedo.....	12
3. Las Redes Sociales.....	34
a. Conceptualizando: redes sociales y la globalización.....	34
b. Entendiendo al usuario al detalle.....	36
c. Las Redes Sociales en pandemia.....	37
d. El rol de la <i>Big Data</i> .....	40
e. Sobre la Cobertura Mediática: entre las Políticas de Prevención y la Salud Mental.....	41
4. Inundación de las noticias y contenido.....	47
a. <i>Infodemia</i> y <i>fake news</i> .....	47
b. ¿La Política, los políticos o la propiedad mediática? Señales Contradictorias.....	51
c. Consecuencias en la Salud Mental.....	53
d. “Informar no es Comunicar”.....	54
5. Una reflexión ante el sensacionalismo.....	56
a. Sensacionalismo y Pandemia.....	56
b. Entendiendo a los medios: una mirada desde adentro.....	59
6. Conclusión.....	62
LISTADO DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	71

## 1. Introducción

El trabajo que a continuación se desarrollará explora el efecto o *incidencia de los medios de comunicación* y de las redes sociales en el comportamiento de la sociedad en una crisis sanitaria.

Los medios de comunicación masivos son la principal fuente de información para los ciudadanos y deberían brindar siempre información fidedigna y confiable.

En el mundo, los medios de comunicación pueden jugar un papel importante para enviar mensajes de salud pública y elevar el interés sobre estos a la comunidad.

La adecuada información de los medios de comunicación ayudó en varias oportunidades a organizaciones internacionales, como a la Organización Mundial de la Salud, para garantizar que cada persona en riesgo sea capaz de tomar decisiones informadas y con el fin de mitigar los efectos/amenazas durante diversas pandemias.

Sin embargo, se ha reportado que algunos medios tuvieron efectos negativos en la salud de la población, como lo ocurrido el año 2018 en Brasil.

Allí durante la campaña de vacunación contra la fiebre amarilla corrieron rumores en las redes sociales sobre que las vacunas podrían matar y no se llegó a alcanzar la meta de vacunación.

En la pandemia por la influenza AH1N1, los conceptos erróneos del modo de transmisión y medidas preventivas precipitaron el inicio de las fases pico.

Esto evidenció la nocividad de la mala información combinada en los medios de comunicación.

Dentro de los medios de comunicación, la red social Twitter medio muy consultado por el público fue parte de un evento como los hasta ahora mencionados.

En Nigeria murieron dos personas después de consumir grandes cantidades de agua salada para protegerse del ébola, tal como lo habían visto en una publicación en las redes sociales.

La hipótesis que aquí se sostiene es que los medios de comunicación tuvieron una influencia en la propagación e incremento del *miedo* en la población ante la pandemia del COVID-19 en Argentina.

A lo largo del estudio se buscará caracterizar la relación entre el modo de informar de los medios y como esto impacto en la población asociándolo con la exageración, el miedo y la “zozobra”<sup>1</sup>.

Para ello también se tendrá en cuenta las cualidades y responsabilidades del periodismo al momento de informar e instruir a las personas.

La pandemia del coronavirus (COVID-19) fue una emergencia sanitaria mundial y muchos países fueron afectados con miles de muertos y con grandes repercusiones económicas a nivel mundial.

Como ya se ha mencionado, en un contexto de emergencia sanitaria como lo fue la pandemia de Covid-19 los medios de comunicación tienen la responsabilidad de informar apropiadamente a la población y proporcionar los datos que permitan tomar adecuadas decisiones, a través de la veracidad y calidad de la información que brindan.

---

<sup>1</sup> Definida por RAE como “Inquietud, aflicción y congoja del ánimo, que no deja sosegar, o por el riesgo que amenaza o por el mal que ya se padece”.

¿Qué es el Covid-19? Es una enfermedad de fácil propagación e infección producida por el virus SARS-CoV-2.

Al contraer dicha enfermedad se experimentan problemas respiratorios leves o graves dependiendo la persona, en esos casos se necesita atención médica<sup>2</sup>.

Esto llevo a la comunidad de la salud a alertar a las autoridades competentes generando así el principio de las distintas medidas adoptadas por la humanidad.

El 20 de marzo las medidas de salud tomadas por Argentina en respuesta ante el avance del virus SARS-CoV-2 fueron decisiones estratégicas y operativas adoptadas por el presidente Alberto Fernández y el ex ministro de salud Ginés González García.

Argentina adoptó por el modelo de aislamiento preventivo, social y obligatorio denominado por sus siglas ASPO.

Este sistema se implementó para hacer frente al avance de la enfermedad, organizar la salud y prevenir fallecidos.

El COVID 19 puso en juego la organización mundial actual por su rápida propagación y mutación, afectado así al sistema de salud, a la economía de los distintos países, el avance en los estudios escolares, universitarios y la vida rutinaria de las personas.

Ante el avance de la enfermedad surgieron nuevos problemas que se presentaron en la población como la salud mental, depresión, tristeza, ansiedad, estrés y miedo.

---

<sup>2</sup> La enfermedad tiene más posibilidades de desarrollarse en personas mayores y en aquellas que padecen enfermedades tales como cardiovasculares, diabetes, problemas respiratorios crónicos o cáncer.

Segura en la Revista de la Facultad de Ciencias Médicas de Córdoba afirma que “Está demostrado que la emoción que se moviliza no es siempre temor, sino también enojo, tristeza, depresión y hasta risa”.

Segura explica que “La exposición constante a noticias de riesgos y miedos profundizan sensaciones de victimización, de malestar y de vulnerabilidad personal.

Los medios promueven así una victimización indirecta, es decir, la percepción de que podemos ser las próximas víctimas, en este caso, del virus”. Acá se observa la importancia de los medios de comunicación o su rol en influenciar las emociones del público que los consulta.

Es preciso subrayar que, esta situación se produce en un momento en el que los ciudadanos están más tiempo en sus casas.

Como es posible observar, una de las principales medidas adoptadas por el gobierno argentino fue la reclusión obligatoria lo que condujo a la población a consumir más medios de lo habitual. Esto muestra la importancia y responsabilidad que tienen los medios ante la crisis.

Por lo tanto, ¿cómo han manejado los medios de comunicación la información acerca de las causas y consecuencias del COVID-19?

En varias ocasiones los medios de comunicación reiteran los temas tratados, muchas veces se exagera y a través de la reiteración se conduce a la audiencia a un estado de alerta o “alarmismo”.