

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**TEMA:**

ANÁLISIS DE CONTENIDO SOBRE SALUD MENTAL EN LOS PERFILES DE INSTAGRAM DE EL COMERCIO, LA POSTA Y TELEAMAZONAS EN EL CONTEXTO DEL COVID-19

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

**AUTOR(A):**

Diana Carolina Sosa Tulcanazo

**DIRECTOR(A):**

PhD. Ana María Larrea Ayala

Ibarra, 2023



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1004830590		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Sosa Tulcanazo Diana Carolina		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Otavalo		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:dcosat@utn.edu.ec">dcosat@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	(06) 520 050	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0984833779

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	Análisis de contenido sobre salud mental en los perfiles de Instagram de El Comercio, La Posta y Teleamazonas en el contexto del Covid-19
<b>AUTOR (ES):</b>	Sosa Tulcanazo Diana Carolina
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	28/06/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Lcda. en Comunicación
<b>DIRECTOR / ASESOR:</b>	MSc. Ana María Larrea Ayala MSc. Jessica Paola Mantilla Salgado



## 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 10 días, del mes de Julio de 2023

**EL AUTOR:**

Sosa Tulcanazo Diana Carolina



FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 10 de Julio de 2023

PhD. Ana María Larrea Ayala

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte, en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

PhD. Ana María Larrea Ayala  
1002746152

## **DEDICATORIA**

A mí, con merecimiento por mi esfuerzo y dedicación.

A mis padres, que son el pilar fundamental para cumplir mis objetivos.

A mi familia, que nunca dudo de mis capacidades

Y a mis tutoras, mentoras de conocimiento

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias Dios y universo por conspirar siempre a favor de cumplir mis metas, estoy orgullosa del camino recorrido y por recorrer, a mi hermosa madre Carolina Tulcanazo que con su amor, esfuerzo y enseñanzas ha sido el pilar fundamental para llegar a donde estoy, a mi padre Ramiro Sosa quien admiro por sus logros y su profesionalismo en todo lo que hace, a mi abuelita María Albán un ser lleno de amor que creyó en mí siempre. A mi abuelita en el cielo Yolanda Lema una persona que desborda generosidad y seguramente está feliz donde este. A mis dos tíos Pedro y Fabricio quienes me compartieron su conocimiento y no dudaron en ayudarme durante mi carrera. A mis tutoras profe Anita María Larrea y Paolita Mantilla grandes profesionales, llenas de conocimiento y mentoras de mi trabajo de investigación, gracias por su predisposición para ayudarme a culminar y seguir adelante en mi vida profesional. Gracias, gracias, gracias.

*Diana Carolina Sosa Tulcanazo*

## **Resumen**

La propagación del virus Covid-19 obligó a las personas a un confinamiento drástico, ocasionando cambios significativos en varios aspectos de su vida, entre ellas la manera de mantenerse informados. Los canales digitales y las redes sociales fueron los protagonistas en el consumo de información, los medios tradicionales obligatoriamente tuvieron que converger al mundo digital para cumplir con el objetivo de informar, sin embargo, el aislamiento social sumado a la cantidad de información que circulaba en redes sociales vulneró el bienestar mental de las personas. El presente estudio tiene como objetivo analizar el contenido de los medios de comunicación ecuatorianos La Posta, El Comercio y Telemazonas en la red social Instagram sobre temas sobre salud mental en el contexto de confinamiento por el SARS-CoV-2 en el periodo del 12 de marzo al 31 de mayo del año 2020. Los resultados mostraron la poca importancia que dieron los medios a los contenidos informativos sobre salud mental y la infoxicación de información ocasionando consecuencias negativas en las emociones de sus consumidores. Los medios de comunicación son educadores de actitudes ante la sociedad en determinados contextos, el tema de salud mental ha sido irrelevante tanto para los medios como para la sociedad, todavía no existe una educación de consumo de información, se desconoce la consecuencia del consumo excesivo de información o infoxicación y no hay espacio a profesionales hablen y aparten las percepciones negativas entorno a la temática establecida.

## **Palabras claves**

Instagram, medios digitales, posts, salud mental, infoxicación.

## **Abstract**

The spread of the Covid-19 virus forced people into drastic confinement, causing significant changes in several aspects of their lives, including the way of keeping informed. Digital channels and social networks were the protagonists in the consumption of information. The traditional media had to converge to the digital world to continue informing. However, social isolation added to the amount of information circulating in social networks violated people's mental well-being. The present study aimed to analyze the content of "La Posta", "El Comercio", and "Teleamazonas" Ecuadorian media in the social network Instagram on mental health issues in the context of confinement due to SARS-CoV-2, from March 12 to May 31, 2020. The results showed the low importance given by the media to informative content on mental health and the infoxication of information causing negative consequences on the emotions of their consumers. The media are educators of attitudes toward society in specific contexts. The topic of mental health has been irrelevant to both the media and society. There is still no education on information consumption. The consequences of excessive consumption of information or infoxication are unknown and there is no space for professionals to speak and set aside the negative perceptions around the established topic.

**Keywords:** Instagram, digital media, posts, mental health, infoxication.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Marco teórico.....</b>	<b>4</b>
2.1.    Comunicación y clasificación.....	4
2.2.    Agenda setting.....	5
2.3.    Aldea Global.....	5
2.4.    Medios de comunicación en Ecuador.....	6
2.5.    La comunicación en el entorno digital.....	8
2.6.    Infoxicación.....	11
2.7.    Salud mental.....	12
2.8.    Información periodística durante la pandemia.....	15
2.9.    Pandemia en Ecuador.....	17
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>19</b>
3.    Metodología.....	19
3.1.    Tipo de investigación.....	19
3.2.    Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.3.    Población y muestra.....	21
3.4.    Matriz de operacionalización de variables.....	23
<b>Capitulo IV.....</b>	<b>24</b>
4.    Análisis cualitativos.....	24
4.1.    Resultados y discusión.....	24
4.2.    Análisis cuantitativo: Encuesta.....	26
4.3.    Discusiones.....	39
<b>Capitulo V.....</b>	<b>42</b>
5.    Conclusiones.....	42
6.    Recomendaciones.....	43
7.    Referencias:.....	44
8.    Anexos.....	51

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Surgimiento de los medios de comunicación más importantes del Ecuador</i>	6
Figura 2 <i>Características del periodismo digital</i>	10
Figura 3 <i>Un modelo para la salud mental</i>	13
Figura 4 <i>Concepto de enfermedades mentales comunes</i>	14
Figura 5 <i>Línea de tiempo de acciones tomadas del gobierno central</i>	17
Figura 6 <i>Uso de la red social Instagram</i>	26
Figura 7 <i>Medios de comunicación en Instagram</i>	26
Figura 8 <i>Difusión de información en medios digitales</i>	27
Figura 9 <i>Bombardeo de información durante el Covid-19</i>	28
Figura 10 <i>Importancia de la salud mental en los medios</i>	29
Figura 11 <i>Afección al estado emocional</i>	30
Figura 12 <i>Afecciones mentales comunes</i>	30
Figura 13 <i>Infoxicación de información</i>	31
Figura 14 <i>Espacio sobre salud mental</i>	32
Figura 15 <i>Contenido de salud mental emitido por la Posta</i>	32
Figura 16 <i>Imagen de la Posta</i>	33
Figura 17 <i>Imagen de la Posta</i>	34
Figura 18 <i>Contenido de salud mental emitido por El Comercio</i>	34
Figura 19 <i>Imagen de El Comercio</i>	35
Figura 20 <i>Contenido de salud mental emitido por Teleamazonas</i>	36
Figura 21 <i>Imagen de Teleamazonas</i>	36
Figura 22 <i>Imagen de Teleamazonas</i>	37

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Medios de comunicación seleccionados</i>	21
Tabla 2 <i>Panel de especialistas</i>	22
Tabla 3 <i>Variables de matriz de contenido</i>	23
Tabla 4 <i>Análisis comparativo de las publicaciones de salud mental de los medios seleccionados</i>	38

# CAPITULO I

## 1. Introducción

En el mes de marzo del año 2020, Ecuador se declara en estado de emergencia por el surgimiento del SARS-CoV-2, según la Organización Mundial de la Salud (2020) “el COVID-19 es una amplia familia de virus que causan afecciones respiratorias graves. El rápido crecimiento de este virus ocasionó que su propagación impacte gravemente al país” (p.1). Las medidas adoptadas como el confinamiento para combatir la enfermedad provocaron cambios bruscos en la vida de los ecuatorianos y el interés por mantenerse informados sobre la situación, creció exponencialmente.

Los avances tecnológicos y las redes sociales permitieron que la información sea distribuida de forma inmediata y fácil, es relevante estar bien informados, pero el exceso y sobrecarga de información negativa más el aislamiento social para combatir el virus, provocaron afecciones en la salud mental de las personas. La Organización Mundial de Salud (2022), establece el concepto de salud mental como la inexistencia de alteraciones mentales, es decir una condición de integridad física, mental y colectiva, tan importante como la salud física que asegure el bienestar mental y emocional. Todo ser humano pasa a ser consumidor de información

En una sociedad globalizada y con avances tecnológicos constantes, los crecientes flujos de información a través de distintos medios ocasionan cambios profundos, para Ramonet (1998) “la transmisión de datos a velocidad de la luz, la digitalización de textos, imágenes y sonidos ha trastocado poco a poco el orden del mundo” (p. 159). Este hecho puede convertirse en infoxicación, una sobrecarga de información que provoca consecuencias negativas en los consumidores al momento de ser procesada es correcto estar informados ya que influye en la toma de decisiones, pero el abuso de información limita la capacidad de comprensión y satura la mente del ser humano (Cornella., 2013).

El uso de redes sociales es una rutina actual, el aumento se relaciona con la sensación de aislamiento y el consumo impacta con las emociones del lector, de esta forma de existencia hiperconectada e instantánea se apunta directo a la salud mental. Según Hermosa et al. (2021) “en Ecuador, se tiene datos de la presencia de síntomas de depresión y ansiedad en el contexto de Covid-19 pero se desconoce un reporte sobre el estado de salud mental de los ecuatorianos en general” (p.9). Dicha problemática social, pone en evidencia la falta de periodismo especializado en salud mental y el desinterés de los medios por difundir información que aporte al tema, si bien el periodismo especializado en salud mental, es un tema que todavía continúa construyéndose, existen guías para los medios de cómo tratar estos temas, según la European Federation of Associations of Families of People with Mental Illness el autor Lexicón (2008) “el desarrollo de los medios por estos temas pretende ser un gran paso en el esfuerzo global de transformar la percepción de las enfermedades mentales, promoviendo una cobertura responsable y fiel por parte de los medios de comunicación” (p.6).

El efecto mundial de la pandemia resulto perjudicial en muchos aspectos, desde su inicio

las redes sociales se convirtieron en una herramienta de comunicación indispensable y eficaz, para la generación, difusión y consumo de noticias. El cambio repentino de la cotidianidad de las personas, a un aislamiento social y la facilidad de acceso a medios electrónicos generó una intoxicación de información, a la pandemia del COVID-19 se la ha denominado también como pandemia digital, debido a la cantidad de información y penetración que tuvo en la vida de las personas, desde que se dio a conocer el aumento de casos en Wuhan, China. Las hipótesis, teorías, desinformación pueden provocar un potencial aumento en la ansiedad y estrés del consumidor.

De la información difundida en este contexto, una cantidad importante contribuyó a la salud mental de los lectores, las noticias negativas eran regulares, los rumores y la desinformación apoyaban a afecciones mentales, las nuevas tecnologías han traído consigo la cultura de la inmediatez, en la que los jóvenes o los usuarios en general cada vez se van acostumbrando más a productos informativos de corta duración e inmediatez. (Chavez et ál., 2021). Aquí radica la importancia de que los medios mantengan una transmisión equilibrada de información, su capacidad de alcance permite un aporte positivo a problemáticas sociales. Los medios no tienen que ser indiferentes ante un tema que vulnera la salud conjunta de la sociedad (Rojas, 2020).

Para ello es necesario contrastar el abordaje de noticias sobre salud mental en el contexto de Covid-19 de los medios de comunicación más reconocidos a través de la red social Instagram, El Comercio, La Posta y Teleamazonas, su contenido informativo y evolución digital ha hecho que estos canales de información sean las principales opciones de información para los ecuatorianos. La implementación de la red social Instagram como medio de comunicación, se ha presentado como una opción actual e innovadora de hacer periodismo digital, sellando un proceso de interacción y comunicación entre los usuarios y el medio, al ser una red que implementa fotografía, videos y texto, permite informar de forma inmediata diversos temas y ser consumida con inmediatez.

Este trabajo permitirá identificar y analizar el espacio que dan los medios de comunicación para el desarrollo de post sobre salud mental y analizar la infoxicación de los ecuatorianos a través del consumo masivo de información en el contexto del coronavirus, ya que, en los últimos años, los medios no han priorizado la difusión de tema de salud mental, la Organización Mundial de la Salud (2012) presentó el proyecto “Prevención del suicidio: un instrumento para los profesionales de los medios” (p.1), donde se enfatiza que los medios de comunicación no cumplen con el objetivo de abordar temas de salud mental, además las noticias sobre el tema genera morbo en los lectores.

En este contexto la presente investigación tiene como objetivo analizar el contenido sobre salud mental en los perfiles oficiales de Instagram de El Comercio, La Posta y Teleamazonas en el contexto de Covid-19 durante el periodo de marzo de 2020 a marzo de 2021, así mismo investigar el flujo de información manejada por el medio y la importancia que da a problemáticas sociales como la salud mental tomando en cuenta el entorno producido por la pandemia.

En el capítulo I de la investigación se describirá los fundamentos teóricos que sustentan la investigación haciendo el uso de fuentes para amplificar la epistemología en el tema del proyecto. Definiendo antecedentes, de cada variable a través de diferentes autores y hallazgos que fundamenten el proceso de investigación

En el capítulo II se describe la toma de resultados y el análisis de información, hipótesis, matrices e instrumentos por el cual se va a realizar la investigación.

En el capítulo III se describe la toma de resultado, el análisis de información, tabulaciones y discusión de resultado

Finalmente, en el capítulo IV se evidencia las conclusiones y recomendaciones dando por concluida la investigación

## CAPITULO II

### 2. Marco teórico

#### 2.1. Comunicación y clasificación

La comunicación es un tema de gran relevancia, ha evolucionado en torno a las habilidades del hombre y su beneficio propio, es un enlace que tienen las personas para transmitir o intercambiar mensajes, de aviso o significado con su medio, un mecanismo de socialización primordial para expresar contenidos relacionados con ideas, pensamientos o información. Para, Fonseca (2000) la comunicación es “compartir algo de nosotros mismo, una cualidad tanto emocional y racional propia del hombre que brota de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, cambiando ideas que adquieren significación de acuerdo con prácticas previas habituales” (p.7). En toda comunicación se requiere una serie de elementos, estos son los que llevarán a cabo el proceso completo, como menciona, Gómez (2016) “no solo basta con hablar, es necesario ir más allá, es decir, romper con esas barreras de lo superficial. No basta con transferir información, es expresar opiniones, ideas, pensamientos, sentimientos u emociones, por parte del emisor y receptor” (p. 21).

La comunicación verbal es hacer uso de la lengua, en forma oral, Fajardo (2009) indica que: “la lengua sirve de vehículo para comunicar algo, para compartir con una persona nuestros pensamientos, es decir, comunicar algo del espacio que nos rodea a un participante determinado, a través de actos de dialecto sobre la cual construimos la comunicación” (p.9). La comunicación verbal es considerada como el principal medio de comunicación, Gómez (2017) menciona que la comunicación verbal se maneja en que “el emisor es hablante y el receptor es el destinatario u oyente, es este acto comunicativo el que puede inmiscuirse con varias personas, ambos son elementos activos y primordiales en este proceso de comunicación” (p.10).

La comunicación escrita permanece y evoluciona en el tiempo, Prieto (2015) analiza la comunicación escrita como “pensar antes de actuar y utilizar expresiones, cuidadas, expresivas, con mejor capacidad de conseguir el objetivo con el que se genera la interacción entre el emisor y el receptor, además que se puede leer y releer cuando se quiere” (p.11). Un mensaje escrito es eficaz y conciso, Pérez (2012) señala que: “hablamos más que escribimos, pero tenemos más que decir a través de la escritura que con la palabra” (p.15). La interrupción en la escritura no existe, solo cuenta con un complejo proceso de creación, Cornbleet y Carter (2001) expone que: “la escritura es planificada, lineal, formal y destaca su valor principal que es la permanencia” (p.20). Gracias a la escritura se puede establecer la comunicación escrita. La escritura es una herramienta específica para precisar la actividad verbal a través del uso de signos y producción lingüística que representen el diálogo, la finalidad elemental de este medio es dotar al mensaje de un grado de durabilidad y permanencia, sobre todo que sea analizado e interpretado por el receptor de la manera más clara posible (Tusón, 1997).

## **2.2. Agenda setting**

A diario el mundo experimenta una cantidad inimaginable de sucesos que se pueden tornar incontrolables dentro de la sociedad, esto se debe a la imagen que las personas pueden hacerse de ello y manejar esta representación se torna una imposibilidad sin un medio que lo asegure, los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en este proceso, pues son quienes actúan instaurando esa relación entre la sociedad y el mundo, a través de esta teoría se puede comprender el dominio de las noticias de los medios de comunicación en la opinión de la sociedad, el autor Halperín (2007) asegura que: “en esta relación, los medios de comunicación no son sólo un canal de transmisión de temas, mucho menos un simple testigo de lo que sucede” (p.51).

Otros autores han afirmado lo siguiente:

La teoría de la agenda-setting ofrece un esclarecimiento del porque la información sobre ciertos temas u argumentos no resulta de interés para el público que vive en democracia, como se forma la opinión pública y por qué determinados temas incitan a adoptar acciones políticas mientras otros escasean de la misma iniciativa, en resumidas palabras el estudio de la agenda-setting es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social. (Dearing et al, 1996, p.2).

En este contexto la teoría se centra en que los medios de comunicación tienen la capacidad de distinguir, omitir o descartar ciertos temas, poner prioridad a otros que sean vistos como relevantes dentro de la opinión pública. Esta precedencia de ciertos temas sobre otros nace de dos mecanismos: por un lado, el filtro y la selección de los textos que llegan a las redacciones y que se integran a la agenda de los medios y por otro la concentración de la atención en un mismo tema por un determinado tiempo (Igartua et al, 2004, p.19-21). Según Sádaba (2018) asegura que:

El establecimiento de la agenda setting se define como la capacidad de los medios de trasladar al público la importancia de ciertos temas, a partir de una jerarquía informativa que el medio concede. De ahí parte la importancia de que un tema esté presente en la agenda, ya que su presencia marca prioridad e interés, es decir lo que aparece en la agenda tiene preferencia sobre lo que no está (p.73).

En consecuencia, la agenda es una cobertura informativa, es el resultado de los intereses del público con los acontecimientos mundiales, no una imposición de los medios acerca de un tema, sino el resultado del interés prioritario del público.

## **2.3. Aldea Global**

Actualmente, el mundo ha sido testigo de los cambios profundos que la tecnología ha provocado en la manera de comunicarse e interrelacionarse con los demás, el desarrollo nos acerca a correspondernos desde distintos lugares del planeta, reduciendo las barreras geográficas y distancias que por años parecían inquebrantables, dentro de este contexto el autor McLuhan (1969) afirma que:

Las nuevas tecnologías son agentes revolucionarias, tal cual se ve día a día en los aparatos electrónicos y se vio miles de años atrás con la invención del alfabeto

fonético, una innovación de largo alcance que tuvo profundas consecuencias en el progreso comunicativo del hombre (p.4).

La teoría de McLuhan sobre la cultura y la comunicación en relación con la aldea global, ofrece una explicación de la evolución de la historia y la humanidad, en este contexto permite acercarnos a comprender que los medios de comunicación y los avances tecnológicos para la información se han convertido en una nueva neocorteza cerebral colectiva que sacude al planeta. Tras observar que los medios de comunicación han sido capaces de superar cualquier distancia física, acercando a las personas a ser próximos a la tierra, se convierte en una gran aldea global. (Mussico, 2022). Los rumores en las redes, la proliferación de programas y medios de comunicación, son los responsables de los nuevos comportamientos dentro de la sociedad, ahora basta tener un celular para sentirse cerca.

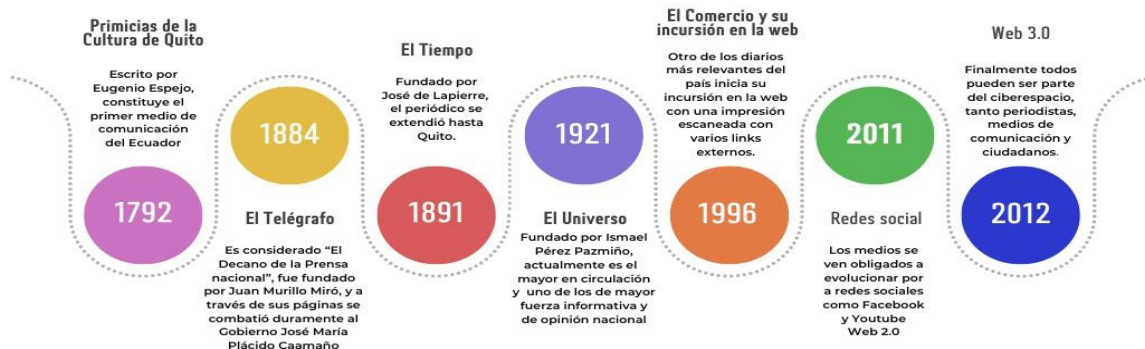
La comunicación desde tiempos remotos es y será esencial en la evolución de las sociedades, desde que el hombre aprendió a comunicarse, tuvo la posibilidad de transmitir en su cultura diferentes áreas de competencia. Según Gutiérrez (2010) “En la actualidad cuando se asiste a una masificación de las tecnologías y con ellos la sociedad del conocimiento permite que los países extiendan sus áreas de dominio” (p.98). Por lo tanto, la aldea global involucra que el mundo este unificado en una misma masa consonante, la globalización permite desaparecer las barreras geográficas, gracias a la comunicación que trasciende delimitaciones territoriales, articulando al mundo ya no solo en un espacio geográfico, sino en el virtual de la comunicación (Mires, 2000).

## 2.4. Medios de comunicación en Ecuador

Ecuador ha sido uno de los pocos países en América Latina sin mostrar relevancia en los medios de comunicación como prensa, radio o televisión, el sector privado ha sido el impulsor principal para su auge, desde el apareamiento del primero medio de comunicación en 1792, al cual se le denominó “Primicias de la Cultura de Quito”, a través de una línea de tiempo se permitirá entender la evolución de los medios de comunicación en el Ecuador.

**Figura 1**

*Surgimiento de los medios de comunicación más importantes del Ecuador*



*Nota.* Elaboración propia.



El Comercio se ha convertido en el diario con mayor popularidad en el país, según el autor Túqueréz (2022) asevera que:

El Comercio, es el diario dentro de la categoría digital más concurrido en el Ecuador por los interesados en los portales informativos, las búsquedas que los usuarios hacen a nivel nacional posicionan al sitio web en el lugar 17, superando de esta manera a otros sitios, portales informativos y medios digitales del país. Según datos de enero de 2021 su sistema de navegación es con 21 '100.000 visitas, con un promedio de duración de 3:48 min (p.14).

Los medios de comunicación ecuatorianos se han convertido en una herramienta que permite difundir diversos sucesos sociales del país, pero también la fuerte transmisión de información denota influencia en la creación y manipulación de la opinión pública, escenarios, debate y actuación de los ecuatorianos. El auto Champagne (1999) destaca que: “los medios son parte integrante de la realidad, o en otras palabras producen efectos de realidad al fabricar una visión mediática de aquello que se pretender transmitir” (p.4).

#### **2.4.1. Medios tradicionales**

Los medios de comunicación tradicionales expiden por un emisor y se recogen a través de varios grupos de receptores, a esto se le denomina audiencia. A nivel mundial los medios tradicionales son conocidos por la televisión, el periódico y la radio, quienes cumplen con los tres principios básicos de tomo medio informar, formar y entretener a la sociedad, Burgos (2019) con surgimiento del Internet “obligó a los medios tradicionales a converger, en Ecuador no es la excepción, pero varios de ellos aún conservan la información de manera tradicional, complementando con herramientas digitales que permiten difundir en información en tiempo real y de manera inmediata” (p.19).

Primicias de la Cultura de Quito fue el primer diario publicado en el Ecuador en 1792 y tuvo siete ediciones consecutivas, posteriormente en 1884 aparece el Telégrafo, en 1906 El Comercio, en 1921 el Universo y en 2007 el Expreso y extra se convierten en los diarios con mayor relevancia circular en el país y los cuales continúan en vigencia hasta la actualidad. Según Costales (2013) “Hoy en día la prensa en el Ecuador está encabezada por el tabloide extra y los diarios El Comercio y El Universo (p. 6). La primera radiomisora del Ecuador surge en 1929 conocida como El Prado, en la ciudad de Riobamba y en cuanto a televisión en la década de los 70 brotan cadenas importantes como RTS, Ecuavisa y la Cadena de Televisión Ecuatoriana y en 1974 surge Teleamazonas, el primer medio en introducir la televisión a color (Gehrke et ál., 2016).

#### **2.4.2. Medios digitales**

Los avances tecnológicos en el contexto de la comunicación han obligado a los medios de comunicación a evolucionar y transformarse para no desaparecer, el acceso a Internet abre las puertas al mundo digital, donde el periodismo se abre al campo de la interactividad, multimedialidad e inmediatez. Como menciona el autor Serrano (2011) “Actualmente el ecosistema mediático es un complejo escenario desarrollado por profesionales, audiencia y maquinas con diferentes formas de narrar, crear e intercambiar

contenidos en plataformas digitales” (p. 200). Sin duda una de las características más sobresale en los medios digitales es la interactividad, ya que permite que los usuarios puedan interactuar con el medio, los autores y el texto, obteniendo un feedback y comunicación directa. El autor Vidaurre (s/f) establece que:

El Internet ha establecido la práctica adecuada para que el periodismo digital se desarrolle, como un producto informativo pero que a su vez se desarrolle una interactividad y multimedia que permita al destinatario un margen de actuación instantánea, es decir los usuarios no solo acceden a lo más variado de productos informativos, sino que pueden crear una relación con personas o instituciones alrededor del mundo con las que podrían intercambiar información requerida (p.15).

El diario El Comercio inicia en 1906 con su primera publicación impresa, dando origen al medio de comunicación más relevantes del país que lleva 115 años en el mercado, el medio ha pasado por diversos desafíos, una de ellas es su evolución hacia la web, de tal forma que 90 años después hace su primera aparición en Internet, de tal manera que continúa en auge informando y manejando sus redes sociales (González, 2016). El inicio de esta nueva etapa permite la generación de contenidos innovadores que llegan a un gran número de personas, con contenidos noticiosos en términos globales.

La Posta surge en 2017 como un medio nativo digital, se caracteriza por la difusión de contenidos en redes sociales, que le ha permitido crear una variedad de géneros transmedia y adaptarse a un público hiperconectado, es decir que prioriza el dispositivo móvil y las redes sociales para mantenerse informado. Según Loor (2018) menciona que:

La Posta se ha expandido hacia diversas plataformas digitales, acercándose a nuevas audiencias y permitiendo la diversificación de su marca, se ha distinguido de los medios tradicionales, por su formato noticioso y el uso de herramientas tecnológicas que facilitan la divulgación de la información” (p. 21).

La digitalización de la información marcó una transformación esencial en el periodismo, los medios de comunicación se han enfrentado a una evolución de la presentación de sus formatos tradicionales al entorno digital, motivando el nacimiento de varios medios considerados como nativos digitales y que hace uso exclusivo del Internet.

### **2.5. La comunicación en el entorno digital**

La comunicación es considerada esencial en la vida del ser humano, nadie puede escapar de una relación directa o indirecta con la comunicación y gracias a las nuevas tecnologías tuvo la posibilidad de expandir sus fronteras, el autor Barbero (2002) asegura que

La comunicación ha propagado sus alcances, al pasar desde un ámbito de información a un nuevo mapa de fenómenos en el que hay espacio para los sujetos y para las temporalidades sociales donde se comprende el valor de la transformación que se está viviendo (p. 212).

En tal contexto se puede afirmar que la comunicación es un proceso determinado por tres momentos claves, la interacción, la significación y la mediación. Estas tres fases implican

la existencia de actores que realización las acciones correspondientes (Barrio, 2014, párr.9). Por otro lado, el autor Cabra (2001) establece que:

Los cambios expuestos en el terreno de la comunicación son de basta notoriedad y ante todo cercanos, lo interesante es que están involucrados cotidianamente, es decir, la red involucra la esfera pública, privada e íntima con la audiencia, la digitalización hace alusión a los jóvenes que dominan perfectamente el lenguaje digital con aparatos electrónicos, y la red, así nacen los inmigrantes digitales, porque son capaces de adaptarse a un entorno de socialización diferente (p. 324).

La tecnología ha categorizado a los medios de comunicación, en ellos están los nativos digitales son los que surgieron gracias a la red, mientras que los inmigrantes son periódicos, revistas, programas de televisión y emisoras que cambian de escenario para acoplarse a la era digital, la prensa es el primer medio de comunicación que el mundo vio emigrar a la red. Según Cebrián (2001) asegura que:

La sociedad actual se encuentra inmersa a constantes cambios tecnológicos, donde lo analógico queda cada vez más atrás y lo digital impone nuevos retos de creación de contenido, edición y publicación de material a través de las TIC y redes sociales, modificándose así la perspectiva de las comunicaciones y con ello los contenidos que alimentan a los medios y la información (p.19).

Aquí los periodistas cumplen un rol fundamental ya que son los intermediarios entre la información y la sociedad para que este procesa pueda cumplirse correctamente. La tecnología como consecuencia ha extendido la categorización para hablar de los medios de comunicación digitales, según Díaz (2011) “los nativos digitales son aquellos que se crean para vivir en el ámbito digital, y no han habitado, ni lo harán en el universo analógico” (p. 3). Esto abarca a la totalidad de periódicos, revistas, contenidos televisivos y emisoras que surgen en la red, para desafiar todo obstáculo que los nuevos escenarios digitales buscan. Un ejemplo de esto es que gracias al entorno digital es importante resaltar que los periódicos inmigrantes dejan de corresponder a entornos limitados y como consecuencia se evidencia una universalidad de ellos, es decir, la información pasa a una categoría global (Díaz, 2011, p.20).

### ***2.5.1. Redes sociales y periodismo***

El periodismo es una de las profesiones más relevantes en el mundo, es una actividad que comprende un conjunto de valores, ética, compromiso y pasión profesional que se aplica en diferentes culturas y naciones en el mundo, por lo tanto, es un fenómeno de índole universal. El periodismo tiene una función social clara, la obligación de llevar y cumplir con la necesidad de que todo ser humano debe estar informado y saber que está ocurriendo en el mundo (Oliva, 2014, p.13).

En los últimos años ha existido un cambio radical en el modelo comunicativo, esta transición no solo ha impactado en la sociedad que está inmersa a la red y participan en el entorno comunicativo, sino que los profesionales del periodismo han tenido que desarrollar otras destrezas para el uso de herramientas en la web 2.0, las redes sociales son las responsables del sistema mediático actual ya que se han convertido en los

principales difusores de información, el proceso informativo en la web pasa por un proceso de creación, distribución y consumo, a esto se le denomina *prosumer* (Jenkins, 2006, p.28). Esto ha obligado a los profesionales del periodismo a estar más atentos e inmersos al intercambio de información que se produce.

Las redes sociales ocupan un puesto relevante en el ámbito periodístico, a través de esto el periodismo tiene la posibilidad de recibir un feedback con los intereses de la sociedad y brindar respuesta inmediata sobre información. Herrero (2011) enfatiza que: “Hoy más que nunca Twitter o Facebook son dos vías de información periodística del nuevo siglo, ante el dominio de los social media, el trabajo de los periodistas es hacer uso de estos nuevos recursos” (p. 1114). Pese a la inmediatez que brinda las redes sociales para mantenerse informados, es importante aseverar la información encontrada, ya que fácilmente se divulga noticias falsas o se desconoce la fuente de donde proviene la información y surge el conflicto de si el uso de redes sociales es adecuado dentro del periodismo (Herrero, 2010). Según los autores Gil de Zuñiga et al (2019) citan que:

Pese al poder informático que se conjuga gracias a las redes sociales y el periodismo en el contexto de Covid-19, se observó los límites de las redes para informar sobre asuntos públicos de gran relevancia. A pesar del crecimiento experimentado por los medios digitales para acceder a la información con inmediatez, varias investigaciones afirman que no se logra desplazar los medios tradicionales como fuente prioritaria de información y menos durante las crisis de salud como fue esta época (p. 199).

La comunicación digital y los nuevos modelos informativos ya son un hecho, esta evolución de la prensa digital deja una serie de características primordiales gracias a las redes.

**Figura 2**

*Características del periodismo digital.*

Interactividad	La audiencia tiene mayor protagonismo gracias a que el usuario interactúa y se comunica con el emisor
Multimedialidad	Permite la implementación de texto, imágenes, sonido y videos en una misma nota informática, hay que recalcar la capacidad transmediática de las redes sociales
Hipertextualidad	Aparta la lectura lineal con la posibilidad de agregar hipervínculos que hagan la lectura más profunda y completa
Actualización permanente	Desde cualquier parte del mundo a través de la red la información es inmediata y en tiempo real

Personalización	Los usuarios pueden configurar la información de su preferencia
-----------------	---

*Nota.* El gráfico representa las principales características que debe tener un post informativo en redes sociales. Tomado de *Periodismo digital y Facebook durante el Covid-19 en Perú y Ecuador*. (p. 117), por Márquez et al, (2021).

### **2.5.2. Instagram como herramienta de difusión periodística**

Los medios de comunicación se han expandido en redes sociales, con ello la posibilidad de crear contenido periodístico de manera concisa e interactiva, así es el caso de la red social Instagram, que actualmente cuenta con 80 millones de usuarios en el mundo y es actualmente muy utilizada por los medios de comunicación gracias a su variedad de herramientas que permiten llevar el uso periodístico y mantener informados a los seguidores de diversas formas (Rosario, 2019, p.6).

Según el We Are Social (2022) en Ecuador se registran 6.10 millones de usuarios activos en Instagram, una red social móvil creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, lanzándose el 6 de octubre de 2010 que ofrece la posibilidad de compartir videos, fotografías y texto interactuando con diferentes usuarios, debido a su rápido crecimiento, los medios de comunicación tanto impresos, radiales y televisivos se vieron en la necesidad de incorporarse al mundo digital y han aprovechado la posibilidad de innovar a través de una cuenta con un perfil de Instagram donde las herramientas que se proporciona ha facilitado la construcción y difusión de noticias a través del uso de la publicación de fotos, videos cortos conocidos como reels e historias en tiempo real.

Las grandes empresas de comunicación tienen la facilidad de adaptar géneros periodísticos para exponerlas de una manera distinta a lo tradicional, la implementación de Instagram dentro del ámbito informativo es una manera innovadora y actual de hacer periodismo digital marcando con ello un proceso de interacción en la sociedad, denotando que la información que se comparte es efímera por su consumo a gran rapidez y resaltando el foto periodismo para que la nota llame la atención por la presencia de calidad fotográfica en conformidad al texto (Herrera, 2021). La red social Instagram crece de manera perpetua y la inmediatez con la que permite difundir la información, la variación y producción de noticias destaca la opción de los medios para su uso periodístico.

### **2.6. Infoxicación**

La infoxicación es la sobrecarga excesiva de información provocada por la masificación de contenidos en internet, también denominada enfermedad de la sociedad digital tiene consecuencias negativas ya que paraliza e impide que el ser humano avance hacia sus objetivos tanto de manera individual, como colectiva por la saturación de información que receipta. Según el autor Cornellá (2013) el primero en dar una definición acerca de la infoxicación menciona que: “las personas más propensas a ser infoxicadas son aquellas que piensan que siguiendo todos los inputs que reciben estarán bien informados” (p.314). Las personas confunden con que mantenerse informados se trata de receiptar toda la información existente y no analizan la importancia de recibir información de calidad,

recibir información excesiva confunde y no cumple el objetivo de informar, a esto se le puede denominar infoxicación. El autor Domínguez (2012) se refiere a la infoxicación como:

La sobreabundancia de información, es decir una fórmula de la intoxicación intelectual producida por el exceso de información que paradójicamente da como resultado una distorsión y no ayuda. Se debe tomar en cuenta que la información es un medio y no un fin, puesto que gracias a la tecnología los contenidos informativos son inmediatos cada vez resultan ser más pesados. El exceso de información que se produce en contraste con los datos disponibles día a día genera dificultad para que el receptor tenga la capacidad de equiparar tanto en tan poco tiempo, sin valorar los contenidos y la verificación de su veracidad (p. 40).

Es correcto mantenerse informados para tomar decisiones correctas, pero el acceso a una cantidad de información ilimitada ocasiona que la capacidad para comprender sea nula, es decir, para procesar mucha información hay que saber dominarla. Solo quien ha profundizado mucho en un tema, puede recopilar y comprender la información, tomando en cuenta lo que es falso, pero el ser humano por lo general procesa más y más información antes de familiarizarse con el tema (Nieto, 2016, p.27). El acelerado crecimiento de la tecnología y la aparición de las redes sociales ha ocasionado que la información se despliegue sin límites, ni barreras y que todo sea instantáneo, esta forma de hiperconectividad instantánea, tiene sus ventajas claro está, pero la ansiedad informativa, la confusión y el estrés son alguno de los factores que aparece en ello (Fanjul, 2011, p.17).

## **2.7. Salud mental**

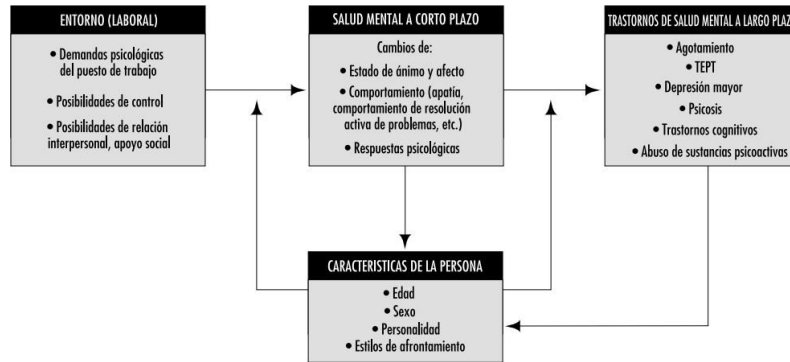
Según la definición propuesta por la Organización Mundial de la Salud (2022) “es el estado de bienestar que permite que cada individuo pueda fortalecer su potencial y enfrentarse a los problemas del día al día, trabajando de forma productiva y fructífera contribuyendo a la sociedad y el mundo que lo rodea” (párr. 4). Es decir la ausencia de salud mental en una persona permite su desarrollo y alcanzar sus metas, además de mostrar falta de productividad que da como resultado ansiedad o frustración. Por miles de años los seres humanos han tratado de explicar la definición de salud mental, desde la antigua Grecia, la mente era llamada alma o psique, la mente puede influir en el cuerpo y a su vez el cuerpo en la mente, desde aquí radicaba la importancia de que el cuerpo y la mente deben estar alineados correctamente para asegurar un comportamiento normal (Barlow et al, 2001).

Posteriormente en el fin de la segunda guerra mundial, hasta la actualidad, el tema de salud mental ha adquirido tanto a nivel académico como cotidiano un papel relevante en la sociedad, en Ecuador ha evolucionado el tema, ya no se estipula a la salud mental como la dependencia de factores únicamente biológicos, sino también del contexto y condiciones de vida donde el ser humano se desarrolla. Según los autores Hurrell et al. (s.f) definen a la salud mental como “Estilo de afrontamiento, competencia y aspiración con su entorno, para participar en actividades de autodesarrollo y buscar su propia proyección por medios personalmente significativos” (p. 21). Así se podría concluir que

la salud mental es un proceso independiente que influye en el comportamiento de las personas. Cabe resaltar que una de cada cuatro personas tiene o ha tenido alguna enfermedad mental a lo largo de su existencia y nadie está libre de desarrollar o formar parte de ese 25% de la población. (OMS, 2016).

**Figura 3**

*Un modelo para la salud mental*



*Nota.* El gráfico representa los factores psicosociales que afectan a la salud mental a corto o largo plazo. Tomado de *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo* (p. 52), por Hurrell et al, s.f, Salud Mental.

### 2.7.1. Contenido de salud mental difundido en medios de comunicación y plataformas digitales

La salud mental es considerada como una prioridad social, debido a los altos índices de enfermedades mentales que la población vive, si bien es cierto existen entidades que deben priorizar el tema de salud mental, los medios de comunicación al ser un instrumento que permiten el intercambio de información deberían cumplir como principal difusor de este tema, sin embargo, el abordar el tema de salud mental en los medios y plataformas digitales aun es ausente. En el ámbito internacional se puede resaltar el Diario Salud, creado en el año 2013, es dedicado a informar sobre salud mental, desde distintas perspectivas y diferentes ámbitos, el periodismo especializado en salud está siendo construido con los años, pero todavía no se ha contemplado en su totalidad, según Comsalud (2020) enfatiza que:

Es relevante entendemos al periodismo en salud como un ejercicio multidisciplinario y que, en todo caso, aspira a impulsar la emergencia y cultivo de un ámbito interdisciplinario, pues a cada momento convoca por su propia naturaleza saberes venidos de las ciencias de la salud, pero que en la vida de las personas y de los grupos sociales, guardan estrecha relación con factores económicos, educativos, psicológicos, religiosos, culturales, de medio ambiente, políticos y con una gran cantidad de procesos que difunden y traslucen los medios de comunicación” (p.20).

La salud mental es un tema muy presente en la actualidad, sea por experiencia directa o indirecta, existe una construcción social y simbólica de su verdadero significado. Esta

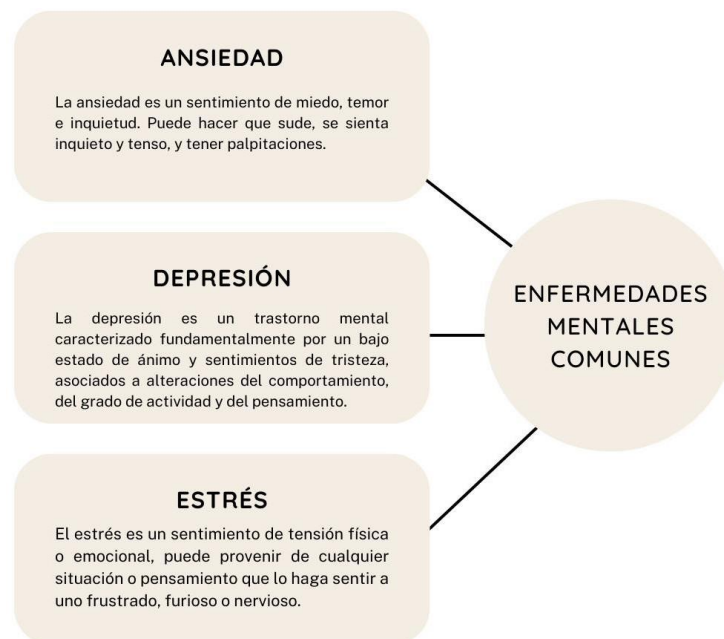
construcción social se encuentra esencialmente en los medios de comunicación, los prejuicios establecidos socialmente en una persona que tiene problemas mentales, es el ejemplo paradigmático de imagen social difundida a través de medios de información. Según los autores Vicario et al. (2021) esto simboliza lo que algunos autores han denominado como: “la asociación percibida por parte de la ciudadanía, es decir perciben a la salud mental como un delito” (p.10).

### 2.7.2. Tipos de enfermedades mentales comunes

Los trastornos mentales o afecciones psíquicos y comportamentales, es lo radicalmente opuesto a una persona que goza de una buena salud mental, según afirma Simancas (2016) “En general son causa de angustia y deterioro en importantes áreas de la labor psíquica, afectando de forma severa al equilibrio emocional, rendimiento intelectual y comportamiento social del ser humano” (p.10). Es relevante mencionar que las enfermedades mentales pueden ser consecuencia de factores biológicos, ambientales o psicológicos, varios son los síntomas o signos que pueden aseverar que un individuo padezca de una mala salud mental. La Organización Mundial de la Salud (2020) menciona que: “durante la pandemia de COVID-19 los trastornos más comunes fueron ansiedad y depresión grave la mayoría de las personas que padecían de estos problemas no tenían acceso a una atención efectiva e inmediata”. (párr.7).

**Figura 4**

*Concepto de enfermedades mentales comunes*



*Nota.* El gráfico representa las definiciones sobre que es ansiedad, estrés y depresión consideradas como enfermedades mentales comunes. Conceptos tomados de *Depresión, Ansiedad, estrés en estudiantes y docentes: Análisis a partir del Covid 19.* (p.5), por Heredia et al, (2021).

Las investigaciones en torno a la salud mental han aumentado considerablemente durante los últimos años el autor Camargo (2020) afirma que: “gracias al aumento de



investigaciones en torno a la salud mental se ha expuesto que los factores psicosociales se han convertido en determinantes de supervivencia, es decir los estados emocionales positivos y negativos influyentes en la salud física” (p. 3). Los autores Ellis et al (2017) se refieren a la depresión como:

Una afección mental altamente riesgosa, no ser tratada a tiempo ocasiona problemas que podrían concluir en suicidio, se considera como depresión un trastorno mental y emocional que se origina en una interacción de factores biológicos, psicológicos y sociales, el ser humano asume soledad como una condición psicosocial permanente, debido al descuido, falta de cariño, atención o cuidado familiar (p.4).

La ansiedad surge de eventos no controlables, es parte de la existencia humana, como un grado de enfrentamiento negativo se instituye que la ansiedad es una reacción normal que algún momento el ser humano sintió como una emoción negativa ante situaciones estresantes como puede ser el caso de ejemplo del Covid-19. Una persona que padece este trastorno siente demasiado temor, preocupación o sentimientos que debilitan la energía que la persona es capaz de mostrar en sus actividades diarias (Psychological Association, 2018).

Por otro lado, el estrés es la afección mental más común durante el diario vivir, una problemática de gran impacto y relevancia a nivel mundial, el estrés es la reacción del cuerpo humano a la forma particular de afrontar y acomodarse a varias situaciones y demandas que se va encontrando día a día, es decir actúa como consecuencia al pensar que los recursos no son suficientes para solucionar un problema (Regueiro et al., 2015). Por otro lado, el autor Apaza et al, (2020) enfatiza que “el estrés se divide en etapas: elementos familiares, ambientales, laborales e interpersonales, que al combinarse con otros efectos como la pandemia podrían resultar un agravante total (p. 8).

## **2.8. Información periodística durante la pandemia**

El Covid-19 impactó de forma abrupta a la humanidad, ha significado un sinnúmero de retos científicos, tecnológicos, sociales y económicos sin freno. El periodismo encargado de informar a la sociedad día a día no fue ajeno al desafío, los periodistas y los medios se vieron obligados a ajustarse para seguir cubriendo la información siendo de los retos más fuertes del periodismo en los últimos tiempos. La información difundida a través de las plataformas digitales resultó una de las preocupaciones centrales desde inicios de la pandemia (Pérez, et al., 2020). A la información verídica y contrastada se le sumó la propagación de *fake news*, distorsionando o descontextualizando sobre el origen, expansión y letalidad del virus, sobre la información emitida por las autoridades tanto nacionales como internacionales, del contexto y situación del país, la crisis económica sobre la potencial cura (Nielsen et al, 2020). El estado de excepción y en general dificultó la labor periodística, esto debido a factores como despidos masivos, falta de seguridad e incluso muerte. (Fundamedios, 2020).

Varios medios de comunicación no supieron constatar el uso de imágenes e ilustraciones que representen el virus, según la investigación de Hernández (2020) comprobó que:

Varios medios de comunicación de Latinoamérica no hicieron uso a algún código de ética para respaldar la difusión de datos del Covid-19, incluso varios periodistas se vieron obligados a preguntar a sus colegas de otros países como adaptarse para actuar adecuadamente a este nuevo contexto (p.10).

Pues varios medios no fomentaron la transparencia ni la ética y la participación ciudadana en su totalidad para la elaboración de contenidos referentes a la pandemia. Los autores Márquez et al (2021) se refiere al caso de Ecuador:

La reputación colectiva de la prensa cayó al denunciarse que existió cierta conveniencia con los Gobiernos para la manipulación de datos reales, pese a que la situación ni fue exclusiva del país, al iniciar la pandemia, los medios de comunicación resolvieron las coberturas a partir replicar la información generada por los departamentos de información de los hospitales de salud. A su vez entraron en juego las redes sociales, que junto a nuevos medios digitales que ocupan grandes espacios en la agenda informativa, demostraron la importancia de que exista rutinas periodísticas altamente preparadas (p. 111).

El fenómeno de las *fake news* no es un tema reciente, desde siempre y especialmente en la pandemia ha atacado gravemente la información, falseando la realidad que reciben los usuarios, a través de diferentes canales sobre todo en redes sociales, donde se difunde un sinnúmero de *posts* informativos. (Silverio et al, 2017). La labor de la información periodística establece que el periodista a de informar hechos desde el uso responsable de la libertad de expresión, por ello es necesario entender que, si bien el rol de un periodista no es el mismo que la del médico cumplieron con la misma responsabilidad, Villanueva et al. (2022) enfatiza que: “el periodismo no cura o trata la enfermedad, pero si difunde la información sobre prevención a través de los medios de comunicación pudiéndose afirmar que ambas profesiones fueron protagonistas de lo sucedido” (p. 25). Durante los meses más duros del confinamiento, fue un desafío para que los periodistas informen y mantengan empatía con la sociedad, de tal forma que exista una respuesta periodística a la angustia colectiva que se vivía a nivel nacional. Los medios de comunicación tuvieron una serie de obstáculos y limitaciones los autores Guallichico et al (2021) se refieren al tema:

Para realizar sus coberturas informáticas con normalidad durante la pandemia, no obstante, las investigaciones obtenidas salieron al aire por medio del contenido noticioso transformándose en información de conocimiento general, el trabajo del periodista se basa en la transferencia de información noticiosa, que únicamente depende de informar todo acto de gobierno a la sociedad, al igual que problemáticas mundiales (p.5).

Al estudiar la información periodística en tiempos de Covid-19 se evidencia que en el Ecuador surgieron varias investigaciones como la que el autor Delgado (2021) cita: “la distribución y comercialización de medicamentos e insumos médicos con sobreprecio que vulneran el derecho a la salud pública” (p.12). Mismo que se relaciona con el de Silva (2021) quien demostró que: “la compra de estos insumos con un elevado precio afectaba

y vulneraba ciertos derechos primordiales, entre ellos la salud e integridad personal de los usuarios que prestaron servicio médico” (p.12). La corrupción fue uno de los elementos mayormente tratados por los medios durante la pandemia, según Chuga (2021) enfatiza que: “frente a la pandemia se puso a prueba todo sistema de salud, su capacidad de liderazgo sin embargo la ola de corrupción demostró la deficiencia del Estado” (p.11). La crisis de salud pública se enlazo fuertemente con la problemática en torno a los derechos humanos según la UNESCO (2020) “incluyendo el derecho a la libertad de expresión, acceso a la información y privacidad” (p.11).

## 2.9. Pandemia en Ecuador

En el año 2019 China-Wuhan, enfrentaban una de las enfermedades más duras del siglo, una neumonía desconocida que se propago alrededor de todo el mundo, tres meses después para ser exactos el 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaro que esta afección por el virus SARS-Cov2 se convirtió en una pandemia. El Covid-19 significo grandes cambios en la sociedad, a diferencia de antiguas pandemias mundiales, en la actualidad la sociedad tuvo acceso masivo y sobreabundancia de información para ser consumida. (Túqueres, 2022). La pandemia tuvo un efecto devastador para el Ecuador, siendo uno de los países de América latina más golpeado, el virus se propago rápidamente, llegando a un contagio comunitario en las provincias de Guayas, Pichincha, Manabí, Azuay y Los Ríos. Según datos informativos del Centro de Ciencias e Ingeniería de Sistemas de la universidad Johns Hopkins (2021) “hasta mayo del 2021 existía aproximadamente 169 millones de casos en todo el mundo” (p.7) Ecuador se situaba en el puesto 47 a nivel mundial con un aproximado 423.165 casos confirmados (MSP, 2021).

**Figura 5**

*Línea de tiempo de acciones tomadas del gobierno central*



*Nota.* El gráfico representa una línea gráfica de las acciones tomadas en el Ecuador ante la presencia del Covid-19. Tomado de: Juntos, pero no revueltos: importancia de la descentralización en el manejo de la crisis del Covi-19. (p,4), por Macías et al, 2020, USFQ

El 28 de febrero de 2020, se difundió en los medios de comunicación del Ecuador el primer caso de Covid-19, una mujer ecuatoriana proveniente de España presentaba todos los síntomas de detección del virus. Posterior al hecho el 11 de marzo de 2020, el presidente de la república Lenín Moreno declara estado de emergencia, suspendiendo todo evento masivo presencial, acogiéndose a la medida escuelas, colegios y universidades. El 13 de marzo de 2020 se confirma la primera muerte a causa del virus, el Comité de Operaciones de Emergencia Nacional (2020) “inicia con boletines e infografías que datan la propagación de contagios y muertes diarias. El 12 de marzo de 2020 Ecuador entra en confinamiento hasta el 12 de septiembre del mismo año fecha en la que el presidente decidió poner fin al estado de excepción (p.11). Según el autor Bajañeda (2020) en el informe publicado en The New York Times se revela que:

La pandemia en Ecuador creció de manera exponencial, revelando cifras de personas fallecidas 15 veces más alta que las expuestas por las autoridades del país, dando como resultado uno de los peores brotes y daños del mundo. Pues los ecuatorianos evidenciaron como rápidamente se llegó a saturar los sistemas de salud e incluso la incapacidad de las autoridades en llevar un registro de las personas contagiadas del virus (p.2).

## CAPITULO III

### 3. Metodología

#### 3.1. Tipo de investigación

El problema de esta investigación se centra en indagar cual es la prioridad que le dieron los medios de comunicación a la difusión de temas sobre salud mental en el contexto de Covid-19 y presentar los métodos que sirven como herramienta útil para concluir con dicho planteamiento, para cumplir con el presente estudio se desarrolló una investigación mixta que se refiere a la toma de información requerida de otras investigaciones, Zorrilla (1993) “la investigación mixta es aquella que participa de la naturaleza de la investigación documental o de campo obteniendo información pura de otras investigaciones” (p. 43). Esta metodología consiste en recopilar y analizar datos integrando tanto la investigación cualitativa y cuantitativa. Este enfoque cuantitativo, según Fernández et al, (2002) afirma que: “es aquella que recoge y analiza datos cuantitativos sobre variables, con la finalidad determinando la fuerza de asociación o correlación entre las variables y objetivación de los resultados” (p.4). Para ello se realizará la medición, cuantificación, sistematización, análisis e interpretación de las variables obtenidas en el proceso investigativo. Por otro lado, el autor Causas (2015) ha establecido la definición como: “aquella que utiliza información cuantitativa o cuantificable, es decir medible. Los ejemplos de este tipo de investigación son diseños experimentales, basadas en encuestas sociales, siendo esta una de las más usadas” (p.3). Al utilizar la recolección de datos se puede contestar las hipótesis establecidas que prueban la investigación.

Complementario a la investigación posee un enfoque cualitativo, que no pretende medir ni asociar los números, según los autores Vega et al (2014)

Los métodos de recolección de datos cualitativos utilizan técnicas que apartan la medición con números, tales como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupos de evaluación, análisis semántico, discursos cotidianos, integración de grupos o comunidades entre otros (p.526).

Este enfoque se cimienta en la reflexión a través de la recolección de datos descriptivos, según los autores Taylor et al (1986) “la investigación cualitativa por definición se dirige a la producción de datos descriptivos como es el discurso de las personas, quienes se expresan de forma hablada, escrita y una conducta observable (p.1). Permitiendo así conocer a profundidad actos sociales. Lincoln et al (1994) denominan la investigación cualitativa como: “campo interdisciplinar, transdisciplinar y en muchas ocasiones contradisciplinar” (p. 576). Un enfoque multimetódico que permite la comprensión interpretativa de la experiencia humana.

El tipo de investigación utilizada en el presente estudio es descriptivo, conocida también como investigaciones diagnósticas, el autor Guevara et al (2020) se refiere a que: “el objetivo de una investigación descriptiva reside en llegar a conocer situaciones, actitudes o costumbres preminentes a través de la descripción puntual de las actividades, procesos, objetos y personas” (p. 171), es decir que mediante esta investigación se especifica las

características de la población que se está estudiando y la posibilidad de cuantificar y cualificar información para en análisis. Morales (2012) fundamenta que “la investigación consiste en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más característicos o diferenciadores (p.1).

### **3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.2.1. Análisis de contenido**

La realización de este proyecto inició con un análisis de contenido, Bernete (2013) afirma que: “el análisis de contenido se utiliza para cualquier tipo de documento en el queeste transcrito algún relato u objeto de referencia” (p.10). En referencia a el objetivo que tiene esta técnica Janis (1965) menciona:

Todo diseño de análisis de contenido debe tener como objetivo el someter a prueba alguna relación entre las características del contenido y otras variables, tomando en cuenta que el mejor tipo de hipótesis para probar con este método la investigación es la que formula una determinada característica del contenido y una respuesta pragmática ante la que se haya introducido directamente la comunicación (p.12).

Para ello se enfocó en la cantidad de publicaciones sobre salud mental difundidos en los medios de comunicación. Esta técnica de investigación según Aignerren (1999) “permite investigar el contenido de las comunicaciones mediante la sistematización en categorías de los elementos o contenidos” (p.4). La situación en relación con el cual se analizan los datos depende de las condiciones que rodea a la investigación.

#### **3.2.2. Encuesta**

Se aplicó como instrumento de investigación la encuesta, según Romo, (1998) “la encuesta es la representante por excelencia de las técnicas del análisis social. La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales” (p.21). Las organizaciones contemporáneas, políticas, económicas o sociales, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos (Romo, 1998). El enfoque de dicha investigación fue cuantitativo, así se determinó el nivel de impacto en un determinado grupo social a través de una cantidad de preguntas cerradas vía online, la plataforma seleccionada es *Google Forms* la herramienta cómoda y clave para la recolección rápida de datos.

#### **3.2.3. Entrevista**

La entrevista como método cualitativo capta información de forma no estructurada y flexible para ser analizada, según Díaz et al. (2005) “se basa en métodos de recolección de datos sin una medición numérica existente, como descripciones y observaciones” (p.8). El proceso de la investigación cualitativa es reformar la realidad, tal y como observan los actores desde un enfoque social anteriormente definido (Sampieri et al, 2003).

La entrevista permite una proximidad directa a la realidad, al considerarse una técnica muy completa, el investigador puede preguntar y acumular respuestas objetivas, es capaz de captar opiniones, sensaciones con el fin de enriquecer la información y construir

opiniones en base a los objetivos propuestos, siempre tomando en cuenta que es recomendable complementarla con otras técnicas para una autentica validez. (Torrecilla, 2006). Se aplicó el criterio dentro del proceso metodológico, con la finalidad de asegurar la veracidad de los resultados e interpretar las diferentes técnicas, los resultados, la discusión investigativa y las conclusiones, demostrando fiabilidad de la investigación.

### 3.2.4. Observación

La observación permitió dirigir la atención a cualidades directas del foco de estudio, Evertson et al. (2008) se refieren como: “la observación se efectúa en medios distintos, seleccionando acontecimientos diferentes y métodos que permiten registrar datos que determinar las pruebas al investigador” (p. 174), con la finalidad de analizar el contenido de salud mental, formato y lenguaje comunicación usado por los medios de comunicación seleccionados este instrumento se aplicó a cinco publicaciones.

### 3.3. Población y muestra



Para continuar con la investigación se realizó una selección de muestras, la técnica usada es el muestreo no probabilístico también llamado dirigido o intencional, el cual permite seleccionar casos específicos de un determinado argumento Scharager et al. (2001) argumenta que “es una selección de mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población, pese a ser considerada rigurosa es la más usada por los investigadores” (p.1). Los elementos seleccionados para la muestra son elegidos a criterio del investigador y previamente objeto de estudio.

#### 3.3.1. Muestra de análisis de contenido

Para la elaboración de la matriz, se seleccionó los medios de comunicación La Posta, El Comercio y Teleamazonas en el *feed* de las cuentas oficiales de la red social Instagram, el tiempo estimado para la investigación fue desde el 13 de marzo de 2020 hasta el 31 de mayo de 2020 fechas de confinamiento en el Ecuador. El contenido fue clasificado según el tipo de publicación realizada, con la finalidad de recopilar información acerca de salud mental que es el enfoque investigativo. A través de una matriz que proporcionó datos reales, dentro de los medios de comunicación nacionales escogidos se encuentran un nativo digital, un medio tradicional y un medio televisivo, los cuales fueron escogidos como referencia por la afluencia de seguidores que presentan en la red social actualmente.

**Tabla 1**

*Medios de comunicación seleccionados*

Medio de comunicación	Red social (Instagram)	Número de publicaciones	Número de seguidores	
Diario El Comercio	@elcomercio.com	15.7 mil	1.2 mill.	
La Posta	@lapostaec	24 mil	382 mil	



Nota. Elaboración propia.

### 3.3.2. Muestra de participantes

La encuesta estuvo dirigida a estudiantes de la Universidad Técnica del Norte de 18 a 48 años de manera aleatoria de la ciudad de Ibarra, en la provincia de Imbabura, con la finalidad de recolectar datos estadísticos mediante preguntas estructuradas, al grupo de muestra establecida, de esta forma se determinó un análisis social en base a la cantidad de consumo y el nivel de influencia de los medios de comunicación durante este contexto. La población total estudiantil es de 12.212 con el objetivo de optimizar tiempo y recursos se definió la muestra con la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{(12212) (0,49)^2 + (12212-1) (0,05)^2 + (0,49)^2 (1,96)^2}{(0,49)^2 + (0,05)^2 + (1,96)^2}$$

$$n = \frac{(12212) (0,24)^2 + (12211) (0,0025) + (0,24)^2 (3,84)^2}{(0,24)^2 + (0,0025) + (3,84)^2}$$

$$n = \frac{(12212) (0,68)}{30,53 + 0,92}$$

$$n = 8.304,16 / 31,34$$

$$n = 264$$

### 3.3.3. Perfil de entrevistados

**Tabla 2**

*Panel de especialistas*

Entrevistados	Títulos académicos	Fecha de entrevista	Medio y duración
<b>Gabriela Augusta Garcés Delgado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Licenciado en Comunicación Social</li> <li>Magister en Comunicación Audiovisual mención Investigación de medios</li> <li>Docencia en comunicación</li> </ul>	Miercoles, 18 de enero de 2023	Vía Zoom 15 minutos
<b>Jhoselyn Maite Alban Ruiz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Psicóloga</li> <li>Coordinadora del DECE de la U.E “Academia Gral. Carlos Machado Arroyo”</li> </ul>	Viernes, 20 de enero de 2023	Presencial 15 minutos

Nota. Elaboración propia.



### 3.3.4. Muestra de observación

Las muestras seleccionadas fueron publicaciones sobre salud mental en caso de que el medio posea y el formato de publicaciones usados en los medios de comunicación de La Posta, El Comercio y Telemazonas de la red social *Instagram* en el periodo ya mencionado, se aplicará un análisis descriptivo.

### 3.4. Matriz de operacionalización de variables

Las variables establecidas en la matriz son claves para la investigación, según Causas. (2015) “las variables constituyen un elemento básico de las estas puesto que estas construyen sobre la base de relaciones entre variables referentes a determinadas unidades de observación, a través de ello se determina lo que se está estudiando”. (p.4). por ello es importante establecer las variables planteadas para la matriz de contenido-

**Tabla 3**

*Variables de matriz de contenido*

<b>Fecha</b>	12-03-2020 / 31-05-2020
<b>Contenido sobre salud mental</b>	SI/NO
<b>Tipo de publicación</b>	Imagen-Video-Reel
<b>Mención a experto</b>	SI/NO
<b>Enfoque mental tratado</b>	Psicológico/Emocional/Social
<b>Tipo de afección mental tratada</b>	Depresión/Ansiedad/Estrés/Suicidio

*Nota.* Elaboración propia

## Capítulo IV

### 4. Análisis cualitativos

#### 4.1. Resultados y discusión

##### 4.1.1. Análisis cualitativo: Entrevista a la Mgtr Gabriela Garcés

Los medios de comunicación en el contexto de Covid-19 se vieron obligados a adaptarse a un tema de confinamiento, la entrevistada menciona que: “adaptarse para seguir una cobertura y mantener informada a la población es un tema que tardo, ya que los medios no estaban listos para pasar de un enfoque presencial a uno virtual, pero lo lograron”. El tema de confinamiento afecto severamente a los medios, sin embargo, lograron integrarse e iniciar el uso de diferentes plataformas digitales para cumplir con el objetivo de informar, entendiendo que la digitalización permite la optimización de tiempo, recursos y sobre todo continuar su trabajo con normalidad. Al ser los usuarios susceptibles para recibir cualquier tipo de información, la infoxicación surge como una problemática desconocida, esto se refiere a la enorme cantidad de información que circula en el entorno digital, la experta señala que: “la cantidad de información que los usuarios recibían y buscaban sobrepasaba límites y era asfixiante, aquí se origina la importancia y responsabilidad del periodista, en manejar adecuadamente temas tan relevantes como la pandemia que pueden llegar a afectar la susceptibilidad de los usuarios”. Por otro lado, los usuarios deben estar conscientes de que la información que consumen paso por un filtro de verificación y contrastación de la fuente, tomando en cuenta que actualmente el tema digital permite acceder a una enorme cantidad de información, pero no todos están en la capacidad de manejarla con responsabilidad y entender lo que una noticia falsa puede generar. Poco a poco los medios han tomado responsabilidad en la importancia de educar a la población, en verificar, comprobar visualmente, indagar y ver a que medio pertenece la información para posteriormente compartir información segura y de calidad. El tema de pandemia abrió un debate a múltiples perspectivas y desarrollo de estas, para ello es fundamental que expertos abran espacio a temas relevantes que aportan a este contexto como es la salud mental, Garcés se refiere a que “manejar algo nuevo o diferente puede resultar atemorizante, pero es fundamental tratar ciertos temas, la salud mental no ha sido hasta el momento suficientemente tratado y es responsabilidad de los medios de comunicación tanto para el personal y para la audiencia darle relevancia, aire y espacio para que la sociedad conozca apropiadamente que es, que trata y su importancia”. En un mundo tan progresivo es importante que el uso de las tecnologías y los medios de comunicación abran espacio a temas sociales y uno de ellos es la salud mental, no solo aporta a la vida de los usuarios sino ahí parte y se usa el poder de los medios.

#### **4.1.2. Entrevista a la Psic. Jhoselyn Alban**

En el aislamiento se evidenció un alto índice de desarrollo de trastornos mentales la entrevistada enfatiza que: “desde personas de edad temprana hasta edad adulta el contexto provocó que las personas entren en un estado de alerta, incertidumbre, miedo y estrés constante. Los diversos factores que existían hacían que el estado emocional de las personas se vuelva más vulnerable”, millones de personas desempleadas, personas en casos de violencia, personas enfermas, nadie estaba preparado para esta catástrofe mundial. La psicóloga se refiere a la salud mental como: “bienestar integral, es decir como las personas enfrenta su día a día, como sientes y cómo actúan ante diferentes situaciones personales” Alcanzar un estado de equilibrio y aceptar la vulnerabilidad propia y de los demás permite lograr un manejo adecuado y de las emociones, entendiendo lo que es salud mental. Hoy en día no solo es importante la salud física, se ha vuelto crucial y relevante la salud mental, la experta menciona que: “hablar de salud mental se resume en tres factores muy importantes, bienestar psicológico, emocional y social”, es importante manejar la salud mental, esto permite enfrentar situaciones complejas, con pensamientos y sentimientos conscientes, de tal forma que la reacción y gestión de emociones sean resilientes. Por otro lado, el consumo excesivo de información resulta perjudicial para la salud mental de las personas, acceder a la biblioteca universal que es internet lo ocupamos para consumir redes sociales, farándula, política y temas que afectan a como consumimos o pensamos acerca de estos contenidos “como resultado se crea una hiperpolarización en la psiquis de las personas”. Es clave la participación de los medios digitales, son quienes deberían dar espacio para que los profesionales puedan brindar información en temas relevantes para mejorar la vida y supervivencia de las personas, más en contexto mayormente vulnerables como fue el contexto de Covid-19.

#### **4.1.3. Análisis general**

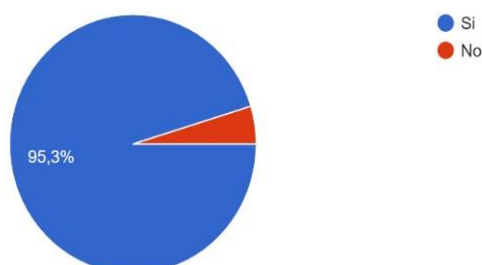
Los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en la sociedad, en el contexto de pandemia se pudo evidenciar su poder ya que gracias a ellos todas las personas podían mantenerse informadas desde sus hogares, sin embargo, existió una infoxicación de información es decir la enorme cantidad de información que se manejaba a diario y la gente consumía daba como resultado ciertas afecciones mentales, como estrés, ansiedad, temor y depresión. Si los medios tienen el poder de influir en cierta forma en la vida de las personas, deben continuar haciéndolo también de manera positiva, tratando problemáticas sociales como la salud mental, que hoy por hoy es un tema que ha dejado de pasar desapercibido. Dar estos espacios a temas relevantes permite una sociedad más consciente, más empática sobre todo en contextos de mayor vulnerabilidad como fue el COVID-19

## 4.2. Análisis cuantitativo: Encuesta

### Pregunta 1: ¿Usted usa la red social Instagram?

**Figura 6**

*Uso de la red social Instagram*



*Nota.* Elaboración propia.

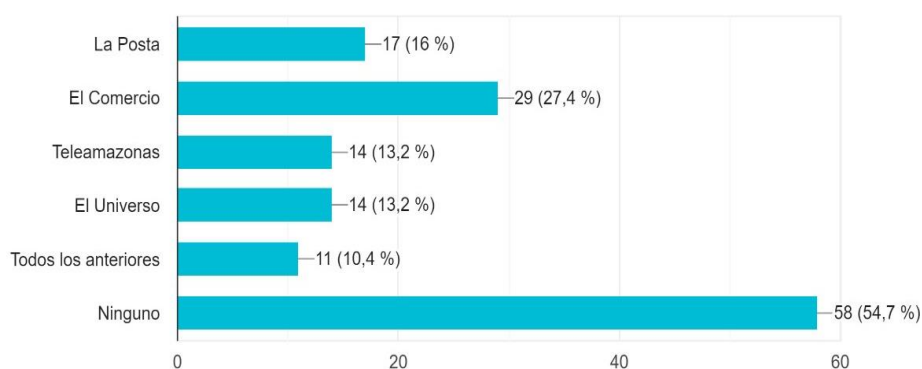
#### **Análisis:**

Analizando la figura 6 desde una perspectiva comunicacional, se puede determinar mediante datos cuantitativos que; el 95,3% de los encuestados usan la red social Instagram para mantenerse informados, mientras que el 4,7% prefieren usar otro tipo de red social. La plataforma mediante actualizaciones ha establecido una interacción con los usuarios a través de perfiles, en los que se permite realizar publicaciones de todo tipo, gracias a este sistema para compartir y recibir información son más los suscriptores que se junta y familiarizan a diario. El autor Smith (2016) reafirma que: “Instagram se ha convertido en la segunda red social con más interacción que Facebook” (p.3). Cuenta con más de 800 millones de usuarios activos mensuales, desde sus teléfonos móviles (Kemp, 2018. p.5). El internet a modificado la relación entre redes y consumo, el impacto de los medios y las redes sociales sobre los usuarios es creciente.

### Pregunta 2: De este listado selección ¿Qué medios de comunicación sigue en la red social Instagram?

**Figura 7**

*Medios de comunicación en Instagram*



*Nota.* Elaboración propia.

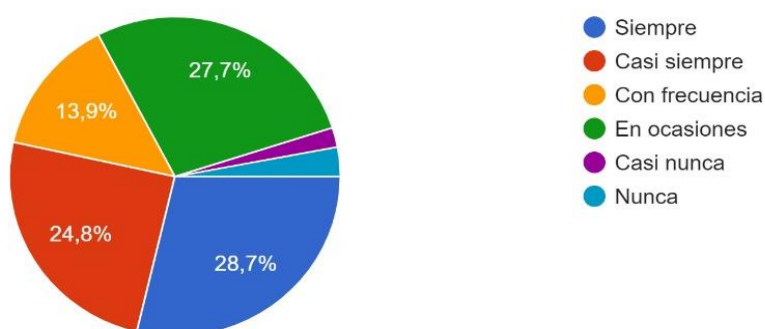
### Análisis:

La figura 7 hace referencia a los medios de comunicación que a través de la red social Instagram comparte información con su público, el 54.7% de los encuestados no consumen ningún medio de comunicación a través de la red social Instagram. Timoteo (2008) “las redes sociales trastocan los modelos de comunicación, por eso para que depender solo de los medios para informarse si existen las nuevas herramientas y conexiones de internet que lo permiten”, seguido El Comercio con un 27.4%, La Posta 16%, Teleamazonas 13.2%, El Universo 13.2% y todos los anteriores en un 10.4%. Según el informe de Ecuador en el estado digital Del Alcazár (2021) afirma que: “el medio de comunicación digital con mayor cantidad de visitas es el Diario El Comercio, con un promedio mensual de 15.630 usuarios” (p.5) Pese a no ser un nativo digital el diario ha obtenido un mayor alcance gracias su estrategia informativa en Instagram, día a día más público y visualizaciones han permitido su posicionamiento como uno de los principales medios de comunicación con mayor popularidad en el Ecuador.

### Pregunta 3: ¿Cree que la difusión de información por parte de los medios digitales es adecuada para mantenerse informado?

**Figura 8**

*Difusión de información en medios digitales*



*Nota.* Elaboración propia.

### Análisis:

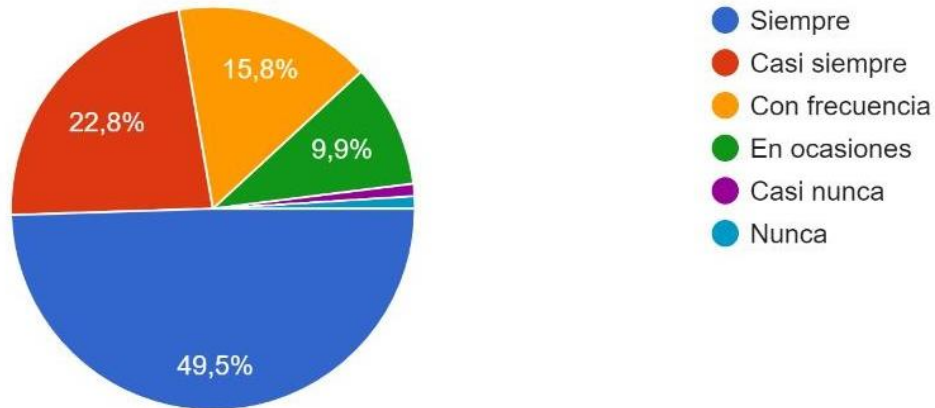
La figura 8 hace referencia que los medios de comunicación digitales mantienen una difusión de información adecuada, tomando en cuenta que en el contexto de Covid-19 se tornó un mundo digitalizado y las fuentes de información con mayor auge fueron las redes sociales, los encuestados dan como resultado que: el 28.7% asegura que la difusión de información por parte de los medios digitales es adecuada, Salvaverría. (2003), menciona que: “la digitalización ha permitido crear nuevas maneras de informarse, que no eran posibles”. (p.7) A través de redes sociales cualquier ciudadano puede obtener y acceder a información muy específica y puntual de su preferencia, pero debe tener el conocimiento suficiente para asegurarse que la información que consume es verificada. Por otro lado, un 27.7% en ocasiones, 24,8% casi siempre, un 13.9% con frecuencia, el 3% nunca y el 2% casi nunca es adecuado. Los medios digitales en Ecuador modificaron

muchos aspectos de la información, se convirtió en una alternativa para informar diversos públicos alrededor del mundo.

**Pregunta 4: ¿Cree que los medios de comunicación bombardearon de información durante la pandemia?**

**Figura 9**

*Bombardeo de información durante el Covid-19*



*Nota.* Elaboración propia

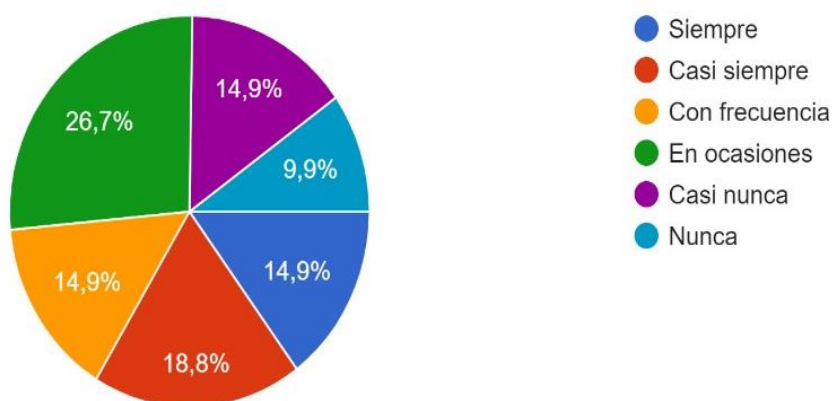
**Análisis:**

La figura 9 demuestra que en el contexto de COVID-19 se pudo evidenciar que un 49.5% de los encuestados aseguran que los medios bombardearon de información en redes sociales. Era múltiple la información que circulaba en todo formato o género periodístico en los medios de comunicación digitales, su objetivo era mantener día con día a los usuarios actualizados y al margen de la situación, el autor Salaverría (2020) afirma que “durante la pandemia los medios de comunicación han generado una enorme cantidad de información, quizás como nunca vista a través de medios de comunicación tradicionales, digitales y redes sociales”. (p.20) Basta que los usuarios estén conectados a internet para acceder a cualquier tipo de información, sea o no sea verídica. Por otro lado, un 22.8% casi siempre, un 15.8% con frecuencia y un 9.9% en ocasiones. La cobertura noticiosa de la pandemia demostró que los medios de comunicación saturaron de información, esta situación puede repercutir negativamente en la calidad informativa de los medios.

**Pregunta 5: La salud mental se trata del bienestar emocional, psicológico y social. Afecta en la forma de pensar, como sentimos y actuamos ¿Considera que los medios de comunicación antes seleccionados dieron espacio a temas de salud mental durante la pandemia?**

**Figura 10**

*Importancia de la salud mental en los medios*



*Nota.* Elaboración propia

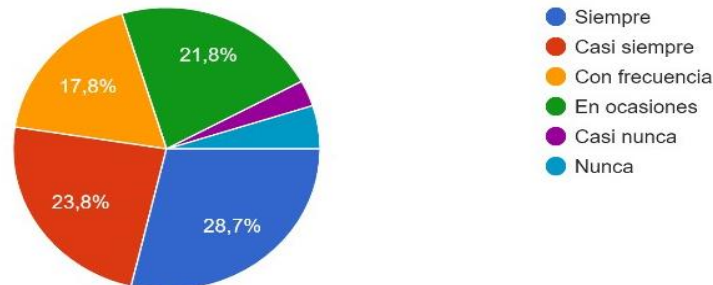
### **Análisis**

El 26.7.8% de los encuestados asegura que en ocasiones los medios de comunicación seleccionados dieron espacio a temas sobre salud mental durante la pandemia, 18.8% casi siempre, un 14.9% casi nunca, 14.9% con frecuencia, un 14.9% siempre y un 9.9% nunca. Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de ser el vehículo de información para las personas por ello Segura. (2019) enfatiza que: “el derecho a la comunicación promueve conversaciones, debates, conocimiento y educación, por lo tanto, es responsabilidad social y fundamental de los medios tratar temas de salud” (p.28), esto no solo promoverá el conocimiento, sino apartará los estigmas sociales que existen alrededor del bienestar mental, pues son los medios quienes tienen el poder de cambiar percepciones. Gutiérrez. (2014) “los medios de comunicación tienen la responsabilidad de lograr, un tratamiento adecuado en relación con la salud mental” (p. 116) ahí nace la necesidad de sensibilizar a los profesionales de la comunicación al respecto y den espacio a este tema.

**Pregunta 6: ¿Piensa que consumir excesivamente la información puede generar una afección a su estado emocional?**

**Figura 11**

*Afección al estado emocional*



*Nota.* Elaboración propia

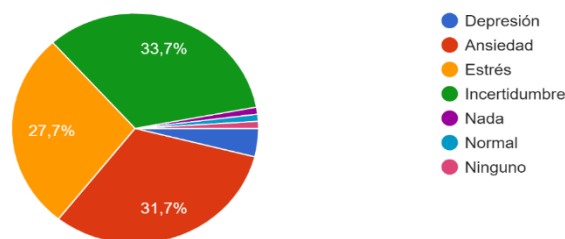
**Análisis**

Un 28.7% de los encuestados piensan que consumir excesivamente información genera una afección a su estado emocional, hay que tomar en cuenta que en el contexto de Covid-19 la información que los usuarios consumían era referente a la propagación del virus, por ende, se creaba un ambiente de angustia y negativismo como Rodríguez et al. (2020) afirman: “los problemas de salud mental son cada vez más comunes en la sociedad, en parte se debe al consumo inadecuado de información de internet y redes sociales”. (párr. 9), los usuarios son responsables de la información que consumen, pero desconocen la afección las consecuencias que puede generar en sus emociones. Por otro lado, un 26.7% casi siempre la información que consumía en el contexto de COVID 19 afectaba a su estado emocional. Un 23.8% de los encuestados aseguran que casi siempre consumir información de forma excesiva genera una afección a su estado emocional, 26.7% casi siempre afectaba su estado emocional en el contexto de COVID 19. El 17.8% piensa que con frecuencia el consumir excesivamente información genera una afección mental y un 24.8% en ocasiones la información afectaba a su estado emocional en el contexto de COVID 19.

**Pregunta 7: La información que recibió en el contexto de Covid-19 le causó:**

**Figura 12**

*Afecciones mentales comunes*



*Nota.* Elaboración propia



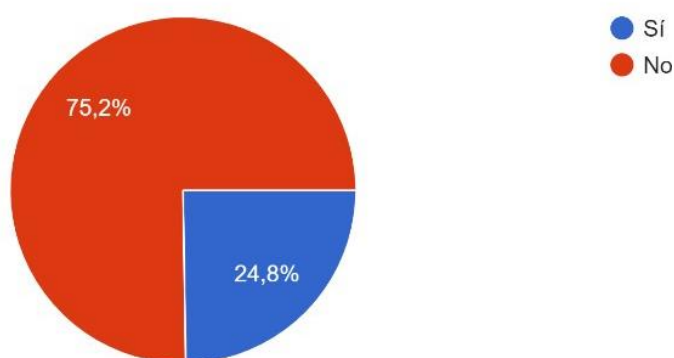
## Análisis

En el contexto de covid-19, el confinamiento decretado por los gobiernos afecto en diversos aspectos la vida diaria de muchas personas, lo primero en comprometerse fue la salud mental, trastornos psicológicos asociados a la situación, la incertidumbre con 33,7% fue una de las afecciones mentales más comunes que los encuestados manifestaron, según Rojas et al. (2021) “el confinamiento provoco un ambiente cambiante, estar mucho tiempo en un sitio recibiendo información negativa acarrea incertidumbre o preocupación, convirtiéndose en al primera señal de daño mental” (p.3) A medida que el virus iba desarrollándose, los seres humanos experimentaban una serie de emociones y sentimientos que se potenciaba con la información recibida diariamente por parte de los medios de comunicación. Seguido de esta afección está el 31.7% con ansiedad y un 27.7% con estrés. La magnitud de personas contagiadas, la cantidad de información negativa circulando, los problemas económicos a los que el mundo estaba sometido deterioran la salud mental de los seres humanos.

### Pregunta 8: ¿Usted conoce el termino infoxicación de la información?

**Figura 13**

*Infoxicación de información*



*Nota.* Elaboración propia

### Análisis:

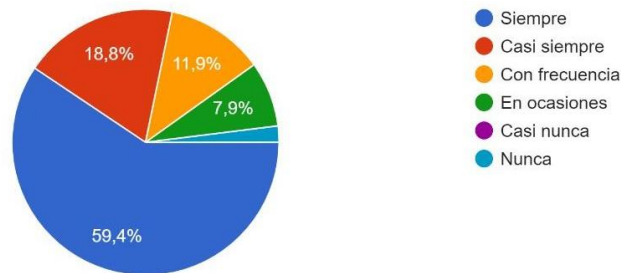
La gran influencia del Internet ha provocado profundos cambios en la transmisión de información por parte de los medios de comunicación y el consumo de las personas, basta con conectarse a internet para acceder a cualquier tipo de información, sin embargo, estos dos factores exigen tener claro la gran cantidad de información que se consume para así seleccionar el material, el 75% de los encuestados desconoce totalmente el termino infoxicación de información, las autoras Quesada; Trujano (2015) mencionan que: “el termino resulta relevante ya que el mundo virtual parece efímero y actualmente se están generando en torno al uso, pero sobre todo al abuso del Internet una serie de objeciones importantes para los diferentes contextos de participación socio-estructural” (p.16). El 24,8% desconoce acerca del término o la responsabilidad que hay detrás del consumo

excesivo de información, la falta de atención que existe sobre la información que se consume en redes sociales posibilita que se publique cualquier material.

**Pregunta 9: ¿Considera que los medios de comunicación deben dar espacios a temas sobre salud mental?**

**Figura 14**

*Espacio sobre salud mental*



*Nota.* Elaboración propia

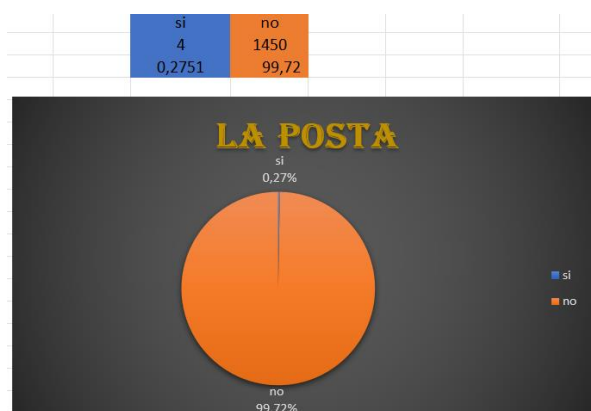
**Análisis:**

Los medios de comunicación tienen el poder de transmitir conocimientos, apartar estigmas y dar espacio a temas que aporten al bienestar social. Segura. (2019) afirma que: “los medios son actores centrales de la sociedad, por lo que, en situación de aislamiento, la influencia mediática intensifica la información y como lo usuarios lo consumen”. Por ende, deben cumplir con la responsabilidad de transmitir información o dar espacios a profesionales que hablen la importancia de la salud mental en las personas. Los encuestados en un 59,4% consideran que los medios siempre deberían dar espacio a temas de salud mental, un 18,8% casi siempre, un 11,9% con frecuencia y un 7,9% en ocasiones.

**4.2.1. Análisis de contenido**

**Figura 15**

*Contenido de salud mental emitido por la Posta*



*Nota.* Elaboración propia

### **Análisis:**

En lo que se refiere al análisis de contenido, se analizaron las variables como la cantidad de noticias sobre salud mental emitidas por el medio durante el periodo de 13 de marzo de 2020 al 31 de mayo de 2020, de las 1452 noticias en totalidad analizadas en el medio de comunicación La Posta, solo tres se referían a salud mental, dando como resultado un 0.18% de notas con si al contenido emitido del tema y un 99,72% de no haber emitido contenido referente al tema de ninguna forma. Según los autores Manuel et al. (2011), se afirma “los medios de comunicación cumplen un papel definitivo al momento de introducir información o una percepción informativa a través de canales audiovisuales” (p.7).

**Figura 16**

*Imagen de la Posta*



Fuente: <https://bit.ly/468cyf1>

### **Análisis:**

En la imagen tomada de la red social Instagram se puede observar que se utiliza el formato de *tips* o pasos de cómo mantener la salud mental en el contexto de cuarentena, no menciona a ningún experto y es presentada en forma de infografía por el medio de comunicación La Posta, adicional hace el uso representativo de Abdalá Bucaram, ex presidente del Ecuador como portada de información. El medio utiliza un lenguaje coloquial y párrafos cortos que permite que los jóvenes seguidores interactúen en los comentarios con el medio.

**Figura 17**

*Imagen de la Posta*



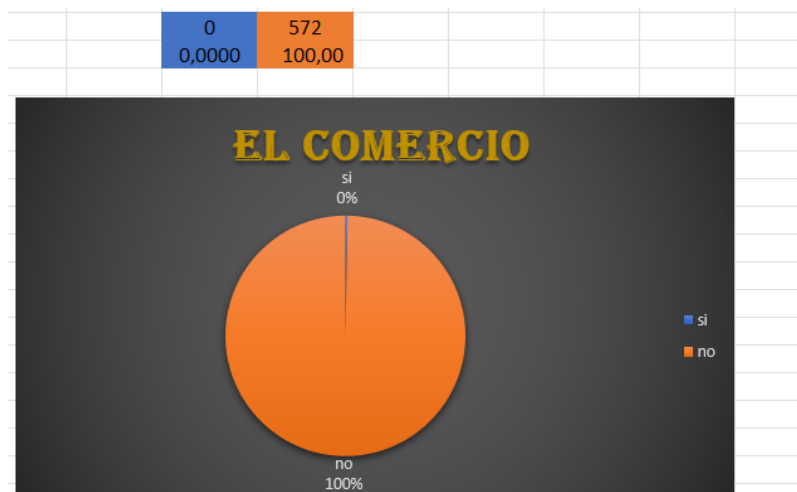
Fuente: <https://n9.cl/rklzx>

**Análisis:**

El medio de comunicación durante el contexto de Covid-19 utilizaba el formato de *post* antídoto para el bajón en Instagram, el medio empleaba videos o imágenes para dar noticias fuera de la agenda setting como respuesta motivacional a su público. En los comentarios de las publicaciones se destaca “no todo son noticias malas noticias” los autores Mc Combs et al. (1995) destacan que: “los medios prestan atención a aspectos mayormente que otros y sugiere ciertas soluciones o respuestas en lugar de otras, recordemos que los medios de comunicación influyen en las personas” (p.22). Adicional se puede observar una imagen de un oso, representativo de la serie animada escandalosos, como imagen de portada. La información es corta y clara, no menciona a ningún experto.

**Figura 18**

*Contenido de salud mental emitido por El Comercio*



*Nota.* Elaboración propia

### Análisis:

El medio de comunicación El Comercio de 572 noticias analizadas en el periodo establecido ninguna habla acerca de salud mental, es decir, es 0% si y el 100% no hace referencia al tema, desde el contexto de Covid-19 concentraron la pandemia como el foco principal de información o cobertura, según los autores Lázaro et al (2020) establecen “el seguimiento del progreso de los medios de comunicación así como el enfoque de los temas han girado alrededor de la pandemia, marcando una tendencia tanto en redes sociales, medios digitales y tradicionales” (p.9), pasando por alto temas relacionados como el de la investigación. Es importante recalcar que es el medio que menos publicaciones realizó en el lapso investigado, pudiéndose afirmar que tomó en cuenta el tema de infoxicación de información como la saturación de información que consumen los usuarios (Area et al, 2012).

**Figura 19**

*Imagen de El Comercio*



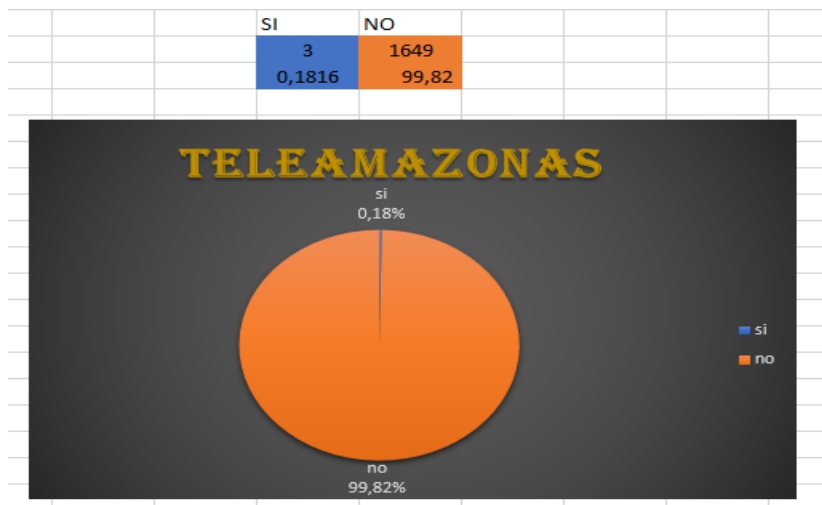
Fuente: <https://n9.cl/c5a9v>

### Análisis:

El medio de comunicación El Comercio durante el contexto de Covid-19 utilizaba el formato de *postear* imágenes en Instagram enviadas por sus seguidores, acompañada de frases cortas como “El tiempo pasa, sigamos fuertes que saldremos de esto”. El autor Masteman. (1993) opina que: los medios de comunicación son moldeadores de concepciones, ideas y percepciones que no solo proporcionan información sino la manera de verla y entenderla (p.5). El medio protagoniza la participación de los usuarios al publicar fotos de paisajes tomada por ellos.

**Figura 20**

*Contenido de salud mental emitido por Teleamazonas*



*Nota.* Elaboración propia

**Análisis:**

En lo que se refiere al análisis de la figura 19, se analizaron las variables como la cantidad de noticias sobre salud mental emitidas por el medio durante el periodo de 13 de marzo de 2020 al 31 de mayo de 2020, el medio de comunicación Teleamazonas de 1649 noticias analizadas en el periodo establecido tres hablan acerca de salud mental, es decir, el 0,18% si y el 99,82% no hace referencia al tema, el autor Pearson (2011) enfatiza que “los medios de comunicación no hablan acerca de salud mental por la falta de claridad a la hora de hablar sobre el tema” (p. 3), pues los periodistas especializados en el tema son aquellos que pueden emitir información.

**Figura 21**

*Imagen de Teleamazonas*



Fuente: <https://n9.cl/qvphv>

### Análisis:

En la imagen tomada de la red social Instagram se puede observar que se utiliza el formato de infografía que se refieren al que se debe hacer para ayudar a la mente en casa, no menciona a ningún experto, pero se usa una fuente como referencia, se puede observar el uso representativo de una madre con su hijo, como familia o unión, adicional se usó un ícono por cada punto. El medio utiliza un lenguaje escrito a través de párrafos cortos, directos y claros, cumpliendo con que la información sea clara.

**Figura 22**

*Imagen de Teleamazonas*



Fuente: <https://n9.cl/24y09>

### Análisis:

Al igual que los otros medios Teleamazonas durante el contexto de Covid-19 utilizaba el formato de *post* Motivación T.A en Instagram, en el que empleaba videos o imágenes para dar espacio a productos emocionales o emotivos empleando frases como “Fuerza ecuatorianos” o mensajes de aliento. Los medios digitales han llegado a revolucionar los posts de información, en un contexto como el de Covid-19 era esencial dar estos mensajes para sus usuarios como un mensaje de esperanza y unión (Silverio, 2018).

#### 4.2.2. Análisis cuantitativo

Tabla 4

*Análisis comparativo de las publicaciones de salud mental de los medios seleccionados.*

<b>Medio de comunicación</b>	<b>Total de noticias publicadas en el periodo establecido</b>	<b>Total de noticias de salud mental</b>
La Posta	1452	3
El Comercio	572	0
Teleamazonas	1649	3
	3673	6

*Nota.* Elaboración propia.

##### 4.2.2.1. Análisis general:

Del análisis de contenido realizado en cada publicación podemos hacer las primeras apreciaciones con relación a los tres medios seleccionados. El total de publicaciones realizadas por parte de los medios digitales en la red social Instagram es de 3.673 *post* publicados entre el 12 de marzo al 31 de mayo del año 2020, en el contexto del Covid-19, época del confinamiento del Ecuador. Se analizaron las noticias referentes a salud mental, de las cuales solo 6 se refirieron al tema específicamente en los medios La Posta y Teleamazonas. Existe una relación entre la información publicada por el nativo digital y el medio tradicional, ambos usan el formato de infografía, en la que hacen el uso de textos cortos para explicar el tema y la consulta a expertos es nula. La temática de salud mental de los medios ecuatorianos es manejada con *tips* o pasos a seguir para mantener el bienestar mental en época de cuarentena, no se explica que es o cual es la importancia. El medio de comunicación El Comercio realizó 0 publicaciones referentes a la salud mental, en muchos casos la salud mental es irrelevante para la información que se está difundiendo INADI (2021) “los medios de comunicación pueden señalar a los temas de salud mental como información no relevante o de carácter transitorio” (p.5), como consecuencia la cobertura periodística lo emite y se vuelve ausente del conocimiento social y se apodera la estigmatización y sus efectos.

En el contexto de Covid-19 los tres medios de comunicación dieron más importancia a temas relacionados con el aislamiento social, nivel de contagios, problemas de corrupción y prevención de la salud física, si bien es cierto desempeñaron un papel fundamental para mantener informada a la sociedad de la situación en la que el país se encontraba, no existía conciencia de la cantidad de información divulgada, los medios Teleamazonas y la Posta fueron los que más publicaciones realizaron en lapso de tiempo investigado, alrededor de 20 a 26 noticias diarias. A esto se le conoce como infoxicación Auza (2020) “la infoxicación es un fenómeno social que significa la circulación de información masivamente, es decir más de lo que humanamente se puede procesar” (p.8). Un bombardeo de información que los usuarios desconocen si es adecuada o no, convirtiéndose en una pandemia informativa por la cantidad. El medio de comunicación El Comercio fue el que menos publicó con un total de 572 noticias y alrededor de 6 a 10 noticias diarias, la mitad de los otros dos medios.



### 4.3. Discusiones

#### **H1: Los medios de comunicación sobrecargaron de información y no dieron espacio a temas sobre salud mental**

El análisis de contenido con respecto a la información disponible sobre salud mental en el periodo analizado permite afirmar que la hipótesis establecida se cumple. En los tres medios de comunicación ninguno dio espacio a que profesionales hablen o informen acerca del tema, pese a que el papel de los medios de comunicación es educar y disminuir el estigma social que se produce entorno a la salud mental, todavía no es un hecho, Navarro (2015) establece que: “La salud mental, está asociada a numerosas connotaciones negativas como consecuencia de la herencia social” (p. 297). Por ello los medios de comunicación repiten esta ausencia de tratamiento adecuado o irrelevancia del tema. En promedio solo existieron 6 noticias relacionadas con el tema, es decir menos del 0.18% durante todo el periodo de confinamiento.

Los medios de comunicación deben cumplir el papel no solo de desarrollar experiencias particulares sino espacios con herramientas que puedan entablar el dialogo profesional, Pearson (2011) se refiere a que: “los periodistas no hablan sobre el tema porque tienen dificultad para usar el lenguaje adecuado o por falta de claridad a la hora de hablar sobre que es la salud mental” (p.10). Sin embargo, la importancia de los medios reside en la manera que comunican estas narrativas y la capacidad de generar espacios de dialogo como menciona Párraga (2021) “Los medios dictaran pautas comunicativas para que la sociedad se familiarice con el tema, de tal forma que se logre moldear una percepción social” (p.6). Todos conocen el gran poder de los medios a la hora de generar conocimiento sobre un tema social.

Las nuevas audiencias exigen temas de interés actual, la salud mental ha ido adquiriendo mayor relevancia, Elizondo et al (2017) señala que: “la salud mental fue un tema que adquiere preeminencia no solo porque la sociedad empezó a respaldarlo, sino porque el padecimiento de trastornos mentales creció exponencialmente” (p.8). Por ello la investigación no busca puntear los errores comunes en cuanto al manejo de la información de los medios digitales, sino generar consciencia y responsabilidad como Mena et al. (2010) enfatiza: “los medios de comunicación tienen una responsabilidad, una doble cara, con la que pueden apuntar a un estigma, pero también contribuir a eliminarlo” (p.15). Se puede concluir entonces que la principal causa de que los medios justifiquen la rigidez periodística para dar espacio a estos temas es que al igual que la sociedad la salud mental no sea aún considerada índole, más en el contexto de Covid-19 que para los usuarios evidentemente era más importante mantenerse informados de la situación diaria que estar preocupados por su bienestar mental

## **H2: La infoxicación en tiempos de pandemia afecto a el estado emocional de los lectores**

La evolución del Internet ha permitido que la comunicación digital y los *mass medias* tomen cada día más terreno en un mundo globalizado, la idea de transmitir información constante y actualizada a sus usuarios incita que los medios saturen sus páginas de manera inconsciente o consciente provocando la infoxicación. De acuerdo con el análisis de contenido durante el periodo de confinamiento el medio de comunicación La Posta realizó 1457 *post* informativos, El Comercio 572 y Telemazonas 1652 además que los encuestados aseguran en un 24.8% la información que recibían afectaba a su estado emocional causando mayormente incertidumbre con un 33,7% cumpliéndose la hipótesis planteada, la OMS (2020) recalca que: “la sobreabundancia de información sin control incide en el equilibrio mental de las familias” (p. 67). La era digital proporciona facilidad al momento que las personas acceden a información continua eso significa que a raíz del Covid-19 se puede evidenciar una ola de información por parte de los medios digitales.

La cobertura noticiosa de la pandemia constituye un proceso de agenda mediática, el problema de la avalancha de información en tiempos de Covid-19 es que para los medios de comunicación toda información era considerada relevante, para Rodríguez et al (2015) “cuanta más información, más libertad de consumo, elección e incertidumbre” (p. 83). Esta sobrecarga de información se encuentra al momento de navegar en las redes sociales, sin embargo, estas nuevas formas de consumo son las que traen consigo desconocimiento e incertidumbre afectando el estado emocional de las personas. Los investigadores Diaz et al (2020) dicen que: “la crisis sanitaria estimulada por el coronavirus ha representado un reto, la información cumplió un papel protagónico al mantener informados a los usuarios y como consecuencia se generó un conocimiento de como producir, clasificar y almacenar todo tipo de información” (p.4). De todos modos, producir más información de la que se puede consumir afecta a los usuarios, están expuestos a la denominada infoxicación y esto afecta a su estabilidad emoción.

La facilidad de viralización ha provocado que la sociedad de la información pierda la confianza en los medios de comunicación Catota. (2022) se refiere a la infoxicación como “la sobrecarga de información que reciben los usuarios particularmente de redes sociales causando una conmoción que no permite abarcar ni procesar toda la información generando angustia” (p.5), para los internautas se convirtió en una necesidad consumir información que aparentemente resultaba útil, sin tomar en cuenta que esto alteraba a sus emociones Sanz. (2022) “las noticias que transitaban una y otra vez en redes sociales sobre la situación Covid-19, generaban una sensación de inseguridad, angustia y de alarma que no ayudaba a buscar estabilidad ni individual, ni colectiva” (p.7). Los rumores y la desinformación por la sobreabundancia de información ocasionada durante el confinamiento han generado consecuencias graves en la salud emocional de los ecuatorianos.

**H3:** Los lectores no recibe noticias sobre salud mental por parte de los medios de comunicación establecidos.

A raíz del confinamiento la angustia fue uno de los detonantes para generar inestabilidad emocional en los usuarios, los medios de comunicación digitales fueron influyentes para que esto se forme por la gran cantidad de noticias entorno a la propagación del virus, dejando de lado una faceta muy importante de los seres humanos, la salud mental. Martín. (2022) cita que: “los medios de comunicación prevalecen la salud física por sobre la mental, algo que culmina interviniendo tanto en la opinión pública como en los propios periodistas, dejando de lado la relevancia de la salud mental” (p.4). Aunque se han establecido preceptores claros para el tratamiento responsable de la salud mental en, los comunicadores y las personas que son parte de los medios tienden a cometer errores apartando espacio que aporten positivamente a los usuarios con este tema. Gutiérrez et al. (2017) “elevar la calidad y cantidad de información que recibe la ciudadanía entorno a la salud mental, es una tarea importante y urgente, esto es lo que garantizará un buen entendimiento” (p.117), tener una sociedad educada con el tema permite que exista una responsabilidad frente al diagnóstico y tratamiento, es decir, una sociedad más sana mentalmente.

La mayoría de las notas de los medios digitales analizados fueron post informativos. En un universo digital, la prensa se abrió a la posibilidad de escalar a otro nivel, la multimedialidad ofrece grandes medios para la profundización periodística, proyectos investigativos y la narración de hechos en tiempo real, Rivera. (2013) enfatiza que: “en un inicio para los medios de comunicación ecuatorianos, lo relevante era contar lo que pasa en el país, apartando temas como la salud mental” (p. 125). Los medios actúan como transporte valioso de información, pero a su vez buscan popularidad para identificarse ante la sociedad lo que provoca según Gonzales (2007) que: “la comunicación al beneficiarse puede suscitar información amarillista en torno a la salud mental” (p.14), la distorsión puede tornarse un éxito para la atención de los receptores, pero quienes realmente recurren a la búsqueda de información, son personas que terminan sin empaparse de datos valiosos ya que los medios no proporcionan este espacio en su totalidad.

Las personas con problemas de salud mental según Santamaria. (2020) “Arrastran históricamente el estigma o la carga de no recibir información o que esta sea sesgada por parte de los medios de comunicación” (p. 13), las redes sociales no han sido el mejor entorno informativo pese a que los nuevos medios, tecnologías de la información y la comunicación abran la posibilidad a una importante socialización del tema, el espacio cibernético presenta una fuente de información infinita que muchas veces premisa la desinformación. Si bien el foco de información durante pandemia tomo prioridad en las redes sociales, Vázquez et al. (2020) alude que: “las redes sociales fueron la principal fuente de desinformación, pudiendo desencadenar un prejuicio al público” Sin bien el escenario en tiempos de pandemia era idóneo para lanzar campañas informativas con el tema de salud mental, los medios no priorizaron el salud integral de los usuarios, su importancia radicaba en mantener al día, sucesos y acontecimientos que resalten la situación del país, sin tomar en cuenta del poder que poseen para influir en el bienestar social.

## Capítulo V

### 5. Conclusiones

- Los medios investigados no dieron espacio a que profesionales aborden la temática de salud mental, la poca y casi nula información abordada, resulta irrelevante ya que los periodistas no son académicamente preparados para referirse al tema, pero si están en la responsabilidad de abrir espacio a personas con conocimiento que compartan información verídica y eficaz. Los medios de comunicación y la sociedad optan por dar poca importancia a temas de salud mental y como consecuencia se invisibiliza el problema, continuando con una imagen errónea y negativa en torno a la enfermedad mental.
- Pese a que los medios de comunicación son una fuente principal de conocimiento e información para las personas alrededor del mundo, no aprovechan su potencial para sensibilizar, educar y apartar las estigmatizaciones creadas entorno a la salud mental, creando una cultura que normalice y no oculte que el bienestar mental es indispensable para el buen desarrollo de las personas, tomando en cuenta que el internet y la era digital permite que los medios exploten sus herramientas para transmitir de manera visual, textual e innovadora la información y cree un impacto para sus seguidores.
- Gracias al internet los seres humanos están expuestos acceder a una gran cantidad de información, pero la falta de educación informativa puede provocar que caigan en la denominada infoxicación, un consumo excesivo de información que afecta de forma negativa a la mente del consumidor, las personas desconocen el termino y el efecto que causa, como consecuencia continúan consumiendo sin responsabilidad auto provocándose ansiedad, estrés o agobio ante tanta información difícil de procesar
- El Covid-19 provoco cambios acelerados en el mundo, ocasionando que los medios de comunicación asumieran el reto de digitalizarse y acoplarse a las nuevas necesidades informativas, esto permitió que exploten todas sus herramientas y mantengan informada a la sociedad en tiempo real con lo que respecta al virus y los problemas mundiales.

## **6. Recomendaciones**

- Los medios de comunicación son una herramienta útil para normalizar y combatir los estereotipos entorno a la salud mental por su influencia en la opinión pública, se recomienda que los medios utilicen herramientas como los testimonios de personas que son lo más valioso y crear espacio a profesionales que saben del tema, permite que tanto los usuarios como los medios se familiaricen en torno a los términos y definiciones adecuadas de la temática.
- Se recomienda difundir conocimientos actuales sobre los padecimientos mentales, guías de ayuda, atención médica, apoyo social en lugar de estereotipar o utilizar información que aumente el morbo en torno al tema, los periodistas deben educarse para la utilización de términos adecuados y reconozcan la importancia del bienestar mental tanto para los informados y para sí mismos.
- Hablar del término infoxicación todavía es desconocido y las consecuencias que ocurre al consumir información en mayor cantidad a la que puede ser procesada. Se recomienda a los usuarios tener la responsabilidad de educarse para asegurar que la información que consumen es de calidad y no afecte de manera negativa a su salud mental.
- Los medios digitales son una alternativa de información para llegar a todas las audiencias alrededor del mundo, por lo cual se recomienda a los usuarios que evalúen las opciones de canales de comunicación y los medios difundan información con responsabilidad y retroalimenten lo que los receptores necesitan, esto es lo que permite la digitalización una mayor interacción entre emisor y receptor.

## 7. Referencias:

- Agudelo, L., Aignerren, J. (2008). *Diseños de investigación experimental y no-experimental*. <https://n9.cl/miz4b>
- Aignerren, M. (1999). *Análisis de contenido. Una introducción*. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. <https://n9.cl/42882>
- APA. (2018). *Ansiedad, depresión y estrés*. <http://www.apa.org/centrodeapoyo/depresion.aspx>.
- Apaza, P; Cynthia, M; Seminario, R; Santa Cruz, J. (2020). Factores psicosociales durante el confinamiento por el Covid-19 – Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559022>.
- Auza, J., Villca, N., Jiménez, G. (2020). *Medios de comunicación durante la pandemia, dos contextos tras una mirada crítica*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-03002020000300033](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002020000300033)
- Bajañeda, L. (2020). Incidencias del Covid-19 en Ecuador. *Question/Cuestión*, 1(mayo), e321. <https://doi.org/10.24215/16696581e321>
- Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. <http://biblio.fc.edu.uner.edu.ar/derecha/novedades/pdf/15948.PDF>
- Barrios, A. (2014). El Comunicador en el Entorno Digital. *Cuadernos.Info*, (34), 165–181. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.34.519>
- Bernete, F. (2013). *Análisis de contenido. Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos*. <https://n9.cl/2yrqy>
- Burgos, G. (2019). *Evolución de los medios tradicionales a cibermedios en Ecuador*. <https://n9.cl/mux6oz>
- Cabra Fabiola; Marciales Gloria. (2009). Mitos, Realidades & Preguntas de Investigación sobre los “Nativos Digitales”. En: *Universitas Psychologica*. Vol 8. N0 2. Mayo- Agosto.
- Calderón, P., Moreno, P. (2022). Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de “La Posta”. *ReHuSo Vol. 7 núm. 2 (46 - 61)*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6522970>
- Camargo, M. (2020). *Unos minutos para reflexionar sobre su 2020 (por su salud mental)*. <https://n9.cl/oxrhi>
- Caride, C. M. (2012). El consumo de los Medios de Comunicación y el acelerado aumento de Internet en el Ecuador. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 101-120.
- Cebrián M. (2001). *La radio en la convergencia de la multimedia*. Barcelona: Editorial Gedisa.

- Chauca, R. (2021). La covid-19 en Ecuador: fragilidad política y precariedad de la salud pública. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 28, 587-591.
- Chavez, F., Masson, R. *Medio Cuerdas: una alternativa para acercar los temas de salud mental al público joven*. <https://n9.cl/res9y>
- Chuga, R., Lara, B., Méndez, C. (2021), La corrupción, un elemento limitante para el derecho a la salud en pandemia COVID-2019. *SCIELO*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2714>
- Cornbleet, S; Carter, R. (2001). *The language of Speech and Writting*. <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/8674/1/46.pdf.pdf>
- Cornellá, A. (2013): “*Infoxicación*”. <http://alfonscornella.com/thought/infoxicacion/>
- Costales, J. (2013). *Medios digitales en Ecuador que son y que hacen*. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057409017.pdf>
- Date Portal. (2022). *Digital 2022: Ecuador*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ecuador>
- Dearing, J; Rogers, E. (1992). *Agenda-setting*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Díaz, G; Ortiz, R. (2005). *La entrevista cualitativa*. <https://n9.cl/ujfsj>
- Díaz, J. (2011). *De lo impreso a lo digital la migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales*. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010063.pdf>
- Díaz, J. C. (2011). De lo impreso a lo digital la migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales. *Razón y palabra*, (77).
- Díaz, U. (2007). *J.Habermas: Lenguaje y diálogo, el rol del entendimiento intersubjetivo en la sociedad moderna* . Utopía y Praxis Latinoamericana.
- Domínguez, C. M., & Boada, M. C. U. (2021). *Periodismo digital y Facebook durante el COVID-19 en Perú y Ecuador*. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, (4), 111-132.
- Domínguez, D. (2012). *Efectos actuales de la “sobreinformación” y la “infoxicación” a través de la experiencia de las bitácoras y del proyecto i+d avanza ‘radiofriends’*. <https://www.redalyc.org/pdf/5235/523552848002.pdf>
- Ellis G, Gardner M, Tsiachristas A, Langhorne P, Burke O, Harwood RH, Conroy SP, Kircher T, Somme D, Saltvedt I, Wald H, O’Neill D, Robinson D, Shepperd S. (2017). Comprehensive geriatric assessment for older adults admitted to hospital. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 9. <https://doi.org/10.1002/14651858.CD006211.pub3>.
- Evertson, C., Merlin, G. (2008). La observación como indagación y método. [https://educacion.ctera.org.ar/wp-content/uploads/2020/06/clase-3-bibliografia-3\\_1.pdf#page=172](https://educacion.ctera.org.ar/wp-content/uploads/2020/06/clase-3-bibliografia-3_1.pdf#page=172)
- Fajardo, L. (2009). A propósito de la comunicación verbal. *Forma y función*, 22(2), 121-142.

- Farjado, L. (2009). A propósito de la comunicación verbal. *Forma funcion, Santaf, de Bogot, D.C. vol.22 no.2 Bogotá.*
- Fanjul, S. (2011): “*Atentos a todo... y a nada*”  
[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2011/05/12/actualidad/1305151203\\_850215.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2011/05/12/actualidad/1305151203_850215.html).
- Figueiras, A. (2002): “*Comunicación, Información y Conocimiento*”. [www.tsc.uc3m.es/fran/Cursos/AI/Documentacion/arfv.pdf](http://www.tsc.uc3m.es/fran/Cursos/AI/Documentacion/arfv.pdf)
- Fishman, M. (1983). La fabricación de la noticia. *Tres Tiempos*, Buenos Aires.
- Flores, C. (2022). *Infoxicación durante el confinamiento obligatorio por la pandemia de COVID-19 en Quito.*  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23276/1/TTQ921.pdf>
- Fonseca, M. (2000). Comunicación oral fundamentos y prácticas estratégicas (1.ª ed.). Pearson Educación, México
- Gil de Zúñiga, H; Diehl, T. (2019). News finds me perception and democracy: Effects on political knowledge, political interest, and voting. *Issue*. <https://doi.org/10.1177/1461444818817548>
- Gómez, D., & Prowesk, K. (2011). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. *Pensamiento psicológico*, 9(17), 57-68.
- Gómez, P. (2017). *La comunicación. Lenguaje verbal y lengua. El estudio de la lengua española.* <https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment1922.pdf>
- Gómez, S. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6.  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es).
- González, X (2007). *El poder simbólico de los medios de comunicación.*  
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/19134/articulo2.pdf;jsessionid=>
- Guallichico, G; Salazar, R; Mishel, S. (2023). *Análisis de la información difundida por Teleamazonas acerca de la corrupción en la adquisición de insumos hospitalarios durante la pandemia de la COVID-19 en junio 2020 Ecuador.*  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24477/1/TTQ1090.pdf>
- Guevara, G; Verdesoto, A; Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4 (3), 163-173. [10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)  
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Gutiérrez, L., Salgado, A., Guzmán, Y. (2017). *Cubrimiento de salud mental en la prensa colombiana un aporte aun en construcción.*  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5822694>
- Halperín, J. (2007). *Noticias del poder. Buenas y malas artes del periodismo político.*  
<https://n9.cl/lg52f>



- Heredia, E; Herrera, R; Ricaurte P; Enrique, C. (2021). *Depresión, ansiedad, estrés en estudiantes y docentes: Análisis a partir del COVID 19*. <https://n9.cl/r5nlj>
- Hernández, Y.; López, L; López, E. (2020) *Terminología y escritura en tiempos de COVID-19*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2078-71702020000200184](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2078-71702020000200184)
- Herrera, E. (2021). *Análisis de los formatos comunicativos, a nivel periodístico, de la red social instagram como herramienta de comunicación: caso @mapadefamosos*. <https://n9.cl/yh0z1>
- Herrero, C. (2012). *El periodismo en el siglo de las redes sociales*. *Vivat Academia. Revista De Comunicación*. <http://dx.doi.org/10.15178/va.2011.117E.1113-1128>
- Herrero, E. (2010). *El tratamiento informativo del suceso en el periódico digital Madrid*. <https://n9.cl/z0lcm>
- Hurrel, J., Murphy, L., Sauter, S., Levi, L. (s.f). *Salud mental*. <https://www.insst.es/documents/94886/161958/Cap%C3%ADtulo+5.+Salud+mental>
- Igartua, J; Humanes, M. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid.
- INADI. (2021). *Informe técnico del observatorio de la discriminación en medios de comunicación*. <https://n9.cl/n9gjd>
- Janis, I. (1963). "The Problem of Validating Content Analysis" en Harold Lasweell "Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics". <https://sociologie.cuso.ch/fileadmin/sociologie/Content-Analysis---Introduction.pdf>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. <https://n9.cl/f95tt>
- Jordán, R., Panchana, A. (2010). *Los medios de Comunicación en Ecuador*. <https://n9.cl/m431y>
- Kerlinger. (1979): *Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología*. México, Interamericana (2' ed., trad.)
- Loor, M. (2018). *Periodismo emprendedor y transmedia en Ecuador: Un estudio etnográfico de GK y La Posta*. *PerDebate*, 2(1), 210-237.
- Macias, M; Carrillo, N. (2020). *Juntos, pero no revueltos: importancia de la descentralización en el manejo de la crisis del Covi-19*. <https://n9.cl/659r0>
- Márquez, C., B. Moreno, y D. Ruiz. 2019. "Firma y presencia del gatekeeper en el periodismoecuatoriano. Estudio de caso: El Comercio". *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação. (E20)*: 670-82. <https://bit.ly/3cjGifn>
- Martín, F. (2022). *El rol de la salud mental en los atletas*. <https://n9.cl/2ukwa>
- McLuhan, M., Powers, B. (2020). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. <https://n9.cl/xbuje>

- Mebarak, M., De Castro, A., Salamanca, M., Quintero, M. (2009). *Salud mental: un abordaje desde la perspectiva actual de la psicología de la salud*. *Psicología desde el Caribe*, (23), 83-112. <https://n9.cl/za66n>
- Mena, A., Bono del Trigo, A., López Pardo, A., Díaz del Peral, D. (2010). *Reflexiones en torno a la sensibilización de medios de comunicación sobre el estigma de la enfermedad mental*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265019471004>
- Mires, F. (2000). Teoría política del nuevo capitalismo o el discurso de la globalización. *Editorial Nueva Sociedad*. <https://dspace.scz.ucb.edu.bo/dspace/handle/123456789/742>
- Morales, F. (2012). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. <https://n9.cl/tx2rk>
- Musicco Nombela, D. (2022). La Aldea Global. La globalización, repensar McLuhan en el siglo XXI. *Comunicación Y Hombre*, (18), 13–15. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2022.18.722.13-15>
- Navarro, O. (2015). *La imagen del enfermo mental en los medios de comunicación: análisis de los informativos canal del sur televisión y la actividad de los gabinetes de prensa de asociación de enfermos mentales*. <https://n9.cl/gpp3df>
- Nielsen, R; Fletcher, R; Newman, N; Brennen, S; Howard, P. (2020). *Navigating the 'Infodemic': How people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://cutt.ly/ryTKzYp>
- Nieto, B. (2016). El consumidor ante la infoxicación en el discurso periodístico. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22(1), 313-327.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *La Habana: Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas*. <https://n9.cl/denyl>
- Párraga, S. (2021). *Los medios digitales y la salud mental: el estigma y tratamiento informativo en Colombia*. <https://n9.cl/bzbn6>
- Pearson M. Mental illness, journalism investigation and the law in Australia and New Zealand. *Pacific Journalism Review* 2011; 17(1):90-101
- Peraza ACX. *Salud laboral frente a la pandemia del COVID-19 en Ecuador*. *Medisur*. 2020;18(3):507-511
- Pérez, J; Meso, K; Mendiguren, T. (2020). *Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter*. *El profesional de la información*, 29 (3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Pérez, M. (2012). El triunfo de la palabra escrita. [www.elmundo.es/elmundo/2012/03/09/andalucia\\_malaga/1331314010.html](http://www.elmundo.es/elmundo/2012/03/09/andalucia_malaga/1331314010.html)
- Pérez, T. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la aldea global. *Revista educación y tecnología*, (2), 8-21.
- Prieto, M. (2015). La comunicación escrita. <https://n9.cl/upm8a>

- Ramírez, M; Falcón, I. (2010). *Importancia del lenguaje en el contexto de la aldea global*. <https://www.redalyc.org/pdf/979/97916218008.pdf>
- Regueiro, B; Rodríguez, S; Piñeiro, I; Estévez, I; Ferradás, M; Suárez, N. (2015) Diferencias en la percepción de la implicación parental en los deberes escolares en función del nivel de motivación de los estudiantes. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 5(3), 313-323.
- Reno, D. (2011). *Periodismo, redes sociales y transmediación*. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524192028.pdf>
- Rivera, A., Aguilar, H., Vergara, H., Alvarado, E. (2021). Transición de la prensa en el Ecuador desde 1906 hasta 2016, caso práctico diario El Comercio. *ConcienciaDigital*, 4(3), 126-140. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.1775>
- Rivera, J. (2013). *Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen*. <http://hdl.handle.net/10469/13303>
- Rodríguez, G., Gil, J., García, E. (1996). *Tradición y enfoques en la investigación cualitativa*. <https://n9.cl/6wtfo>
- Rodríguez, S., Borges, L., Barboza, M., Leira, L. (2020). Cómo influye las redes sociales en la salud mental. *Rev Electrónica Saúde Mental Álcool Drog*. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089>
- Rojas, J., Lopera, M., Forero, C., García, L. (2021). Cuidar al paciente con Covid-19: entre la incertidumbre y el deseo de salir adelante. *Revista Colombiana de Enfermería*. <https://doi.org/10.18270/rce.v20i2.3291>
- Rosario, M. (2019). *Uso de Instagram como herramienta periodística en el Diario Perú 21-2019*. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/215>
- Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias*. El binomio terrorismo-medios, La Crujía Ediciones, Buenos Aires
- Salaverría, R. (2003). Herramientas digitales para la gestión y difusión de información. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5104/1/injuve2003.pdf>
- Sampieri, H; Cols. (2003). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill, México.
- Santamaría, J. (2022). *Los medios de comunicación y las personas con problemas de salud mental*. <https://n9.cl/2jw81x>
- Sanz, J. (2022). Enfermedad de coronavirus: pandemia e infodemia. *Hospital a Domicilio*, 6(1), 5–9. <http://doi.org/10.22585/hospdomic.v6i1.156>
- Scharager, J., Reyes, P. (2001). *Muestreo no probabilístico*. <https://www.academia.edu/download/31715755/muestreo.pdf>
- Timoteo, J. (2008). *Red social en formato mapa de burbujas: puerta del futuro en las relaciones con los medios*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3282102>

- Torrecilla, J. (2006). *La entrevista*. <https://n9.cl/9ubky>
- Túqueres, H. (2022). *Periodismo en crisis: incidencia del diario digital el comercio en el manejo de información de la alcaldía de Quito. Pandemia en abril 2020*. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22235>
- Tusón, J. (2006). *Letres sobre letres*. Barcelona: Editorial: Empúries
- Urbina, E. (2020). Investigación cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).
- Valle, A., Manrique, L., Revilla, D. (2022). *La investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación*. <https://n9.cl/vyix4>
- Varas, G. (2014). La investigación cualitativa. [http://gvaras.org/public/validez\\_cualitativa.php](http://gvaras.org/public/validez_cualitativa.php)
- Vázquez, J. (2020). Las noticias falsas (fake news), la desinformación y la infodemia durante la pandemia de la COVID-19. *Sintaxis*, 189–202  
<https://doi.org/10.36105/stx.2020edespcovid-19.09>
- Vega, G., Ávila, J., Vega, A., Camacho, N., Becerril, A., Leo, E. (2014). *Paradigmas en la investigación*. <https://core.ac.uk/reader/236413540>
- Vicario, A; Moral, M. (2017). “*Actitudes hacia los trastornos mentales y su asociación percibida con delito: Estigma social*”. *Salud & Sociedad*, 7(3), 254-269.
- Vidaurre, C., (s.f.) El periodismo digital, dossier 84-85  
[https://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/comunicacion/comunife1/82\\_EL%20PERIODISMO%20DIGITAL.pdf](https://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/comunicacion/comunife1/82_EL%20PERIODISMO%20DIGITAL.pdf)
- Villanueva, B; Antonio, G. (2022). *La labor del periodismo durante la pandemia de la COVID-19*. <https://repositorio.uns.edu.pe/handle/20.500.14278/4064>
- Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, Buenos Aires

## **8. Anexos**

### **Encuesta**

#### **Edad**

18 a 25

26 a 33

34 a 48

#### **Género**

Masculino

Femenino

Otro

#### **Autoidentificación étnica**

Blanco

Mestizo

Indígena

Afroecuatoriano

#### **¿Usted usa la red social Instagram?**

Si

No

#### **¿Cuánto tiempo dedica al día a la red social Instagram?**

Menos de 1h

Entre 1h a 2h

Entre 2h a 3h

De 3h a más

#### **De este listado seleccione ¿Qué medios de comunicación sigue en la red social Instagram?**

La Posta

El Comercio

Teleamazonas

El Universo

Todos los anteriores

Ninguno

#### **¿Cree que la difusión de información por parte de los medios digitales es adecuada para mantenerse informados?**

Siempre  
Casi siempre  
Con frecuencia  
En ocasiones  
Casi nunca  
Nunca

**¿Cree que los medios de comunicación bombardearon de información durante la pandemia?**

Siempre  
Casi siempre  
Con frecuencia  
En ocasiones  
Casi nunca  
Nunca

**La salud mental se trata de nuestro bienestar emocional, psicológico y social. Afecta la forma en que pensamos, sentimos y actuamos. ¿Considera que estos medios de comunicación antes seleccionados dieron espacio a temas de salud mental durante la pandemia?**

Siempre  
Casi siempre  
Con frecuencia  
En ocasiones  
Casi nunca  
Nunca

**¿Piensa que consumir excesivamente la información puede generar una afección a su estado emocional?**

Siempre  
Casi siempre  
Con frecuencia  
En ocasiones  
Casi nunca  
Nunca

**¿Considera que la información que observaba durante el contexto de Covid-19 afectaba a su estado emocional?**

Siempre  
Casi siempre  
Con frecuencia  
En ocasiones  
Casi nunca  
Nunca

**La información que recibió causó**

Depresión  
Ansiedad  
Estrés  
Incertidumbre  
Otro:

**¿Usted conoce el término infoxicación de la información?**

Sí  
No

**De este listado ¿Por qué medios de comunicación recibe información sobre temas de salud mental?**

Redes sociales  
Correo electrónico  
Mensajes de texto  
Prensa  
Televisión  
Radio  
Ninguna

**¿Considera que los medios de comunicación deben dar espacios de temas sobre salud mental?**

Siempre  
Casi siempre  
Con frecuencia  
En ocasiones  
Casi nunca  
Nunca

## **Transcripción de entrevista a la Mgtr. Gaby Garcés**

### **1. ¿Cómo manejaron los medios de comunicación la información en el contexto de pandemia?**

Yo te puedo hablar de desde mi visión externa, porque durante el tiempo de pandemia yo laboraba en un medio tradicional. En los medios digitales durante la época de pandemia al igual que la mayoría de los medios tuvieron que adaptarse al tema del confinamiento, en la primera etapa, se tardó un poco en arrancar, es decir, en adoptar este sistema del confinamiento, porque en primera instancia, si se mantenía la cobertura del físico, es decir, en de manera presencial. Finalmente, la mayoría de los medios que hubieron. Yo creo que todos en cierto momento fueron parte, es decir, se integraron al tema del confinamiento y empezaron a hacer uso de diferentes plataformas para poder seguir realizando la cobertura. Mucho de este proceso se facilitó precisamente porque todas las instituciones, todas las organizaciones empezaron a adoptar este proceso como tal. Pero para esto, obviamente, los medios digitales necesitaban también optimizar los recursos de los que disponían para empezar a trabajar dentro de sus operaciones al 100% en este tema, considerando que la mayoría de digitales son pequeños, al menos dentro de la ciudad.

### **2. ¿Qué es la infoxicación de la información?**

El tema de la situación hace referencia a la enorme cantidad de información que circulaba durante este periodo. Por ejemplo, cuando hablamos de tema de pandemia, junto a la cantidad de información que cada uno de nosotros recibía, buscaba y que finalmente podía generarte como cualquier otro aspecto. Es decir, cuando sobrepasan cierto límite, puede afectarte también. Entonces, en primer lugar, hoy también se habla o se hace referencia al tema de que había mucha información y que no toda esta información obviamente era verdadera. Entonces ahí hay un punto importante en el que se debe en primera instancia, manejar siempre un proceso adecuado para poder verificar toda la información que nosotros recibimos y poder constatar que está realmente tenga fuente. Que tenga al menos los principios básicos de lo que debe ser una información. Y más aún cuando hablamos de periodismo y nosotros como representantes debemos tener una responsabilidad mayor para o siempre estar muy pendientes de lo que compartimos. No podemos compartir ninguna información si no hemos realizado este proceso previo de verificación. Entonces el manejo fin de esta cantidad tan amplia de información y que incluso por lo sensible de la misma, también llegaba a afectar un manejo apropiado de esta. No podemos dejar de lado que, en esta nueva época, cuando leemos el tema digital, estamos frente a una cantidad enorme de información y en general cualquier tipo cuando nosotros la buscamos. Sin embargo, que no todos son los que manejan la información con responsabilidad y la ciudadanía todavía no está tan consciente. Pero de a poco y ha ido generándose un espacio mucho mayor de acción para lo que es el tema de la verificación, de tema de comprobar y visualmente también de buscar, de ver, de que medio es, de saber si en realidad se está hablando de este tema y este tema real y toda esta información que nosotros podemos compartir y que nosotros estamos consumiendo, también tiene las características de la información de calidad. Entonces este proceso yo creo que para un adecuado manejo partiría de 1 Primero seleccionar la información que nosotros



consumimos, 2 la cantidad y la calidad de la misma. Entonces eso nos ayudaría con todo a un buen manejo de esta y del tanto de lo que nosotros consumimos, compartimos y también de lo que nosotros difundimos

### **3. ¿Es importante que los medios hablen o den espacio a temas sobre salud mental?**

Por supuesto. El tema de pandemia, de hecho, lo cual fue algo que nos cambió radicalmente desde todos los ámbitos que hemos visto en múltiples perspectivas y en el desarrollo de las mismas. Entonces, en esta situación de manejar algo nuevo o algo diferente, algo a lo que no conocíamos, sobre todo, y que generó muchos temores en diferentes niveles, es fundamental que se maneje, que se hable sobre el tema de salud mental en general. No ha sido hasta el momento. Todavía no sigue siendo suficientemente tratado y trabajado y es una responsabilidad también de parte de los medios, tanto internamente, es decir, para su personal, como también de manera externa para sus audiencias. El compartir toda esta información, el darle a esta situación en el aire, el espacio y la dedicación que requiere, no la aplicación de espacios apropiados para su tratamiento es fundamental para que se conozca, para que se conozca apropiadamente, también se conozca de qué se trata, se conozca cómo manejar, que se debe hacer, que no se debe hacer. Considerando que estamos dentro de una nueva realidad y que esto no va a variar si es progresivo y se sigue dando en diferentes aspectos, entonces es indispensable que en primera instancia la salud mental tenga un adecuado manejo y tratamiento en los medios y un espacio también apropiado que se le da la importancia que tiene y a todas estas nuevas situaciones que se van presentando en relación con la salud mental y en relación también al uso de tecnologías que es parte de nuestro día a día.

#### **Transcripción de entrevista a la Psic. Jhoselyn Alban**

##### **1. ¿Qué es la salud mental?**

Bajo mi punto de vista considero que la salud mental es el bienestar integral de las personas ya que tiene que ver en la forma en la que nos enfrentamos a nuestra propia vida, cómo sentimos, cómo pensamos y actuamos. Se trata de nuestra forma de adaptarnos a las situaciones que nos rodean. En síntesis, la salud mental es el estado de equilibrio de las personas, es decir que puedan aceptar su vulnerabilidad y de los demás y saber cómo manejar y gestionar sus emociones.

##### **2. ¿Por qué es importante la salud mental?**

Hoy en día hemos dado mucha relevancia a la salud física, dejando de lado lo crucial e importante que es la salud mental. Al hablar de salud mental hacemos énfasis a todo lo que tiene que ver con nuestro bienestar psicológico, emocional y social. La importancia de tener una buena salud mental es que gracias a ella podemos enfrentarnos a la vida por medio de nuestros pensamientos y sentimientos. Es saber cómo reaccionar racionalmente a diversos sucesos que se nos presente. Considero que todo radica en la salud mental ya sea en nuestra salud física, en la toma de decisiones en el saber gestionar una emoción y dar paso a la resiliencia.

### 3. ¿El consumo excesivo de información afecta de alguna forma a la salud mental de las personas?

Todo en exceso es perjudicial. Independientemente del tema que abordemos tendrá un cierto grado de afectación a la salud mental de las personas ya que muchas de las veces en esta biblioteca universal que es el internet lo ocupamos para verificar redes sociales, temas de farándula o política afectando a nuestro pensar y consumiendo cada vez más este tipo de contenidos. Creando una hiperpolarización en las psiquis de las personas. Que afecciones mentales se pudieron evidenciar durante el aislamiento en el contexto del COVID 19 En el aislamiento se pudo evidenciar que hubo un alto índice de desarrollo de trastornos mentales en las personas desde tempranas edades hasta la edad adulta. Este contexto hizo que las personas entremos en un estado de alerta, de incertidumbre, de miedo, estrés constante. Existió diversos factores que hacía que el estado emocional de las personas cada vez sea más vulnerable. Millones de personas desempleadas, personas en casos de violencia de todo tipo generaba gran preocupación ya que nadie estaba preparado para esta catástrofe mundial.

### 4. ¿Los medios de comunicación deberían brindar espacios a temas de salud mental?

Sin duda alguna considero que en específico las redes sociales debería tener un espacio para que las personas puedan tener información adecuada para tratar estos temas que en realidad son muy importantes para la supervivencia de las personas más aún en aquellos que son mayormente vulnerables

### Matriz de contenido

Fecha	Contenido sobre salud mental		Tipo de publicación			Mención a experto		Enfoque mental tratado	Tipo de afección mental tratada			
	SI	NO	Imagen	Video	Reel	SI	NO	Psicológico/Emocional	Depresión	Ansiedad	Estrés	Suicidio
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
12/03/2020		1										
13/03/2020		1										
13/03/2020		1										
13/03/2020		1										
13/03/2020		1										
14/03/2020		1										
14/03/2020		1										
14/03/2020		1										
14/03/2020		1										
14/03/2020		1										
14/03/2020		1										