



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN

PERIODISMO Y REDES SOCIALES EN
TIEMPOS DE CORONAVIRUS

La pandemia y su tratamiento mediático:
los riesgos de las *fake news*, el
sensacionalismo y la saturación informativa

REPORTAJE ESCRITO

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO

P R E S E N T A:

ANABEL FABIOLA ARMIJO GONZÁLEZ



ASESOR: DR. JESÚS GUADALUPE GARCÍA BADILLO

Nezahualcóyotl, Estado de México, 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	Pág. 3
PARTE 1. LA NARRATIVA DEL CORONAVIRUS	Pág. 7
El comienzo de todas las cosas	Pág. 8
Periodismo al abordaje: Estado de guerra	Pág. 20
Tiempos agitados: la sociedad de la vigilancia y la amonestación	Pág. 24
Las calles vacías y las pantallas encendidas	Pág. 26
PARTE 2.	
LOS EFECTOS NOCIVOS DE LA SATURACION INFORMATIVA	Pág. 35
Empacho de noticias: cuando más es menos	Pág. 36
Conectados 24x7	Pág. 44
Manual de uso en tiempos de pandemia	Pág. 49
Flujo y reflujo de información. La sociedad del agotamiento	Pág. 53
PARTE 3. LA OTRA PANDEMIA: EL VIRUS DE LO FAKE	Pág. 56
Cuando la mentira es la verdad	Pág. 57
Miente, miente que algo quedará	Pág. 62
Las teorías conspirativas también meten la cola	Pág. 72
Un poco de historia	Pág. 83
PARTE 4.	
LA PANDEMIA Y EL PERIODISMO PUNCH	Pág. 85
La prensa como espectáculo	Pág. 86
El imperio del vale todo	Pág. 92
Sensibilizar los fríos números	Pág. 96
La jerga del Coronavirus	Pág. 99

A MANERA DE CONCLUSIÓN	Pág. 101
FUENTES DE CONSULTA	Pág. 105
ANEXO	Pág. 116
LISTA DE FIGURAS	Pág. 120

INTRODUCCIÓN

Como es bien sabido, un reportaje narra un acontecimiento de interés popular. Vicente Leñero y Carlos Marín lo definen en su libro *Manual de Periodismo* como el género mayor de la comunicación, ya que en él pueden utilizarse todos los demás. “En el reportaje caben las revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevistas, las notas cortas de la columna y el relato secuencial de la crónica, lo mismo que la interpretación de los hechos, propia de los textos de opinión”. Por su parte, Javier Ibarrola lo define como “el resultado de una búsqueda constante de respuestas, es sin duda la mejor expresión del innato deseo del hombre por saber y, finalmente trascender”.

Esta idea de dejar huella, a la que Ibarrola hace referencia, es la que me hizo reflexionar y decidir realizar un reportaje como forma de titulación, y estoy segura de que ha sido una gran decisión. Honestamente, tras más de diez años de haber concluido mis créditos y sin haber dedicado mi carrera al periodismo escrito, considero que ha sido una manera de reencontrarme con mi formación, además de evocar y afianzar los conocimientos que adquirí al cursar la licenciatura en Comunicación y Periodismo dentro de la FES Aragón.

Existen diferentes estilos al escribir un reportaje. Ibarrola los cataloga en: informativo, de investigación, descriptivo, reportaje-entrevista e interpretativo, y es en esta última clasificación donde se encuentra mi trabajo. Para él “cualquier hecho noticioso requiere de talento e imaginación del periodista para transmitirlo de una manera inteligente y amena... la interpretación es simplemente la valoración de un hecho en base a los antecedentes del mismo y a una exposición clara, sencilla y precisa de los acontecimientos”.

Para Ryszard Kapuscinski el oficio del periodista “se ocupa de nuevos datos, nuevos hechos y nuevos problemas. Mientras el mundo progresa y se mueve, nosotros estamos dentro de esos cambios porque la sociedad espera

que lleguemos a ella para que contemos qué está pasando, para que interpretemos qué quiere decir la novedad”.

Este trabajo es un reportaje interpretativo que intenta esbozar un cuadro panorámico, que sirva como punto de partida para el análisis y la reflexión de diferentes fenómenos que atraviesan a los medios de comunicación y las redes sociales en lo general, y al oficio del periodismo en lo particular. La crisis de la *Covid-19* contribuyó a visibilizar de manera más explícita determinados fenómenos que no eran nuevos, pero que con la pandemia adquirieron una preponderancia más marcada, como el caso de la multiplicación de las denominadas *fake news*, el uso y abuso de las prácticas sensacionalistas en el oficio periodístico, y los peligros en la población que supone un fenómeno que pudimos ver, sobre todo, en el primer año de pandemia.

A diferencia de las grandes pestes del pasado, por ejemplo, la Peste Negra en la época medieval o la Gripe Española padecida entre 1918 y 1920, la del *Coronavirus* se trata de la primera gran crisis sanitaria a escala global que sucede en tiempos de *Twitter*, *Instagram* y *WhatsApp*. Esto hizo que el acceso a la información se produjera en tiempo real. Ya se sabe: algo sucede en el sitio más alejado del planeta y de modo casi instantáneo es replicado en todas partes del mundo; es por ello, que la agenda mediática volteó sus reflectores para convertir a la *Covid-19* en su protagonista favorito por mucho tiempo.

En los noticieros de televisión, periódicos, portales de *Internet* y en las redes sociales; mañana, tarde y noche se habló hasta el cansancio del *Coronavirus*. Tamaño *tsunami periodístico* generó en muchos una lógica sensación de cansancio y estrés informativo, los cuales se retroalimentaron para representar un escenario notoriamente complejo, en el que los medios de comunicación y las redes sociales bien pudieron ser parte del problema o de la solución.

El presente trabajo está dividido en cuatro partes, que le permitirán al lector echar un vistazo al rol que ha jugado el periodismo durante la pandemia, los efectos nocivos de la saturación informativa, la influencia cada vez más notoria de las redes sociales en las personas, y el fenómeno de las *fake news*.

En “La narrativa del Coronavirus” se trata de recordar a manera de relato, qué es lo que pasaba en aquel 2019 que estaba a punto de finalizar, cómo era la vida normal de aquellos días, qué problemas enfrentábamos en aquel punto de la historia y cómo del otro lado del mundo, China daba a conocer el nacimiento un nuevo virus que pondría en jaque a todas las personas que habitamos la Tierra.

Ante este escenario, y algunos meses después de declarada la pandemia, gobiernos, medios de comunicación y sociedades se apoyaron inicialmente para dar la batalla contra el virus, siempre refiriéndose a esa lucha como un espacio bélico y es que, con esta misma semántica de guerra, quien pudo se replegó en sus casas, mientras que los demás se quedaron en primera línea de ofensiva. Sin lugar a dudas, fue una etapa de conexión y hermandad, la cual vio nacer héroes sin capa que dedicaban su vida al cuidado de otras personas.

El personal médico fue vanagloriado y aplaudido por todos; sin embargo, poco a poco -redes sociales e *Internet* mediante- aquellos gestos de fraternidad, comenzaron a mutar en conductas opuestas como racismo, encono y desesperación por parte de muchas personas. El *home office* se puso de moda y con esto, la conexión al *ciberespacio* incrementó exponencialmente: consumiendo noticias, entretenimiento o *podcasts*; navegando en el espacio virtual o estando muy activos dentro de las redes sociales.

Y es que, el acceso al mundo informativo se ha modificado en los últimos años de modo sustancial, a partir de la aparición fulgurante de las llamadas nuevas tecnologías. Hoy, desde un diminuto teléfono portátil se

puede estar informado respecto a lo que sucede en los lugares más remotos del mundo. Todo parece estar a un clic de distancia.

Ante este escenario y con una pandemia mundial por delante, ¿hay algún manual de apoyo para confiar en las noticias que compartimos en *Facebook* o *Twitter*? ¿Cómo diferenciar una nota legítima de una *fake*? ¿Es posible crear un marco regulatorio que ayude a imponer reglas a la hora de subir o compartir alguna información? ¿Se podría vivir actualmente sin la tecnología que nos permite estar conectados todo el tiempo? Todas estas interrogantes son expuestas y llevadas al tintero en las partes dos y tres del reportaje: “Los efectos nocivos de la saturación informativa” y “La otra pandemia. El virus de lo *fake*”.

Mientras que “La pandemia y el periodismo *Punch*”, cuarta parte del trabajo, aborda al periodismo desde su lado sensacionalista. Conoceremos la teatralidad que difundió este tipo de prensa durante los primeros años de contingencia y cómo puede provocar inseguridad y angustia en los lectores. Así como, paradójicamente, la forma de algunos medios para sensibilizarse después de tanta conmoción e incertidumbre. Tal pareciera que debe cumplirse, a manera de cadena evolutiva, un círculo vicioso que culmina con la normalidad del caos. Es así que, para estos momentos, casi a tres años de declarada la emergencia sanitaria, hemos adoptado un lenguaje pandémico que llegó para quedarse.

Finalmente, me atrevo a escribir que los libros de historia, afectos a fijar épocas, seguramente hablarán de un antes y un después de la *Covid-19*. Se trata, en definitiva, de un hecho que dejará una huella profunda e indeleble, y consecuencias que ni siquiera hoy se pueden dimensionar de un modo más o menos claro.

PRIMERA PARTE

LA NARRATIVA DEL CORONAVIRUS

“Todo lo que vemos o sentimos es solo un sueño dentro de un sueño”.

Edgar Allan Poe

Figura 1.



Imagen “Un mercado de vida silvestre en Wuhan”. Recuperado de la página
The New York Times en marzo 2021 de
<https://www.nytimes.com/es/2021/03/30/espanol/china-origen-coronavirus-OMS.html>

EL COMIENZO DE TODAS LAS COSAS

Viaje a través del tiempo. Destino: aquellos días de “la vieja normalidad”. Últimas horas de diciembre de 2019. Poco y nada falta para que el año se despida. Es momento de echar la vista atrás y ensayar balances. En las redacciones de los noticieros de televisión y también en los periódicos empiezan a armarse los típicos anuarios con los hechos más sobresalientes del año.

El inventario del 2019 es largo y variado. En México, Andrés Manuel López Obrador cierra su primer año completo al frente de la presidencia. El tema de la inmigración ocupa una vez más el centro de la escena en las relaciones con los Estados Unidos. Un ducto de hidrocarburos en el Estado de Hidalgo explota y provoca la muerte de 137 personas. El Chapo Guzmán es condenado a cadena perpetua por un tribunal de Nueva York. Jair Bolsonaro asume la presidencia en Brasil, mientras que Luis Ignacio Lula da Silva recupera la libertad.

En Estados Unidos, los demócratas mueven ficha y terminan por dar luz verde al *impeachment* contra Donald Trump por el denominado *Ucraniagate*. Unos meses antes, Trump pisa suelo norcoreano y estrecha la mano de Kim Jon-un. El gesto busca distender décadas y décadas de crispada relación entre *Washington* y *Pionyang*.

Julián Assange, fundador de *WikiLeaks*, es arrestado en Londres. En el Amazonas, el pulmón del mundo, miles y miles de hectáreas son arrasadas por el fuego, y la niña Greta Thunberg alza su voz para alertar sobre los efectos devastadores del cambio climático. En la Cumbre del Clima dice aquello de “me robaron mis sueños, mi infancia, solo hablan de dinero, cómo se atreven”.

En París arde la catedral de *Notre Dame*. El movimiento *Me Too* se multiplica en las calles de México. Los rayados del Monterrey celebran un nuevo título en el fútbol mexicano. Andy Ruiz da el golpe del año en el boxeo

quedándose con la corona de los pesados, luego de ganarle al británico Antony Joshua.

HBO transmite el último capítulo de *Game Of Thrones* con récord de audiencia. Fallecen los cantantes José José y Camilo Sesto, el diseñador Karl Lagerfeld, las actrices Edith González y Beatriz Aguirre, el actor norteamericano Peter Fonda y el padre de la *Bossa Nova*, Joao Gilberto.

Algunas de estas cosas sucedieron en ese 2019 que empieza a languidecer. Pero hay algo que no está incluido en esos listados, algo que está sucediendo en ese preciso momento en una remota ciudad china, que lleva por nombre *Wuhan*. Desde hace ya algunas semanas, las guardias de los hospitales comenzaron a recibir personas con cuadros de fiebre alta y neumonía.

Y tal como sucede con las pistas en las novelas policiales de suspenso, el rastreo de los casos apunta a un mismo lugar: un mercado mayorista de pescados y mariscos de *Huanan*. La mayoría de los infectados son personas que trabajan allí o que han visitado el mercado recientemente. Las muestras de los pacientes son enviadas a los laboratorios para su estudio. Los resultados son esperados con cierta ansiedad. Y estos finalmente llegan.

El calendario marca el 30 de diciembre de 2019. En el Departamento de Emergencias del Hospital Central de *Wuhan*, los responsables reciben el estudio de secuenciación del virus realizado unas horas antes en el laboratorio *Capital Bio Medicals*, ubicado en la ciudad de Beijing.

En un principio se genera un malentendido: se da por sentado que se trata de un brote del ya conocido virus *SARS*, el mismo que había aparecido allá por el 2003. Pero pronto el error es enmendado. Los resultados de secuenciación dan cuenta de un virus desconocido hasta entonces.

Pese a que la idea es que el tema se mantenga en secreto, pronto la información comienza a correr como reguero de pólvora entre médicos y autoridades sanitarias.

Entonces sucede lo inevitable. Por algún resquicio el asunto se filtra. Apenas una semana y media después, el 11 de enero de 2020, se da a conocer la primera muerte como consecuencia del nuevo *Coronavirus*. El mundo entero comienza a posar la mirada en China. Algo grave está pasando.

Primeras semanas de 2020. En pleno invierno en el hemisferio norte, Italia enciende las alarmas. En varias regiones, especialmente en la *Lombardía*, el crecimiento de los casos obliga a cerrar a rajatabla algunas ciudades. Unas pocas cosas quedan abiertas: supermercados, gasolineras y farmacias, por citar algunos. El efecto dominó se torna inevitable. Y también imparable.

El *Coronavirus* no entiende de fronteras. Es cuestión de semanas para que otros países adopten medidas similares a las de Italia. Europa empieza a encerrarse sobre sí misma. Luego llegará el turno de Estados Unidos, México y el resto de los países en Latinoamérica.

Ya no hay duda alguna: el virus se expande a ritmo de vértigo. El 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) decreta la pandemia a nivel global. El mundo se asoma a un horizonte incierto y desconocido. Comienza la era *Covid-19*.

Mirada Retrospectiva

Continúa el viaje a través del tiempo. Corre el año 2020. La máquina narrativa del periodismo no se detiene. No hay un botón de apagado. Tal cosa no existe. El dispositivo trabaja 24 x 7, sin pausa ni tregua. Es así como los relatos proliferan de modo vertiginoso: crónicas, reportajes, trabajos de investigación, editoriales, entrevistas, columnas de opinión, informes, reseñas, notas de color, fotografías, recopilaciones estadísticas... Pareciera que todos los géneros tienen algo que decir. Y más todavía si se trata del

tema de moda, la cuestión que ha puesto al planeta Tierra en jaque: el *Coronavirus*.

El recorrido retrospectivo por los medios deja un diagnóstico incontrastable: la pandemia se ha transformado por momentos casi en un monotema. “El *Coronavirus* y sus consecuencias sanitarias”. “El *Coronavirus* y los efectos devastadores en las economías de los distintos países”. “El *Coronavirus* y el debate sobre las vacunas”. “El *Coronavirus* y la cuestión de las *fake news*”. Se encuentra en todas partes, disperso hasta la saciedad en la vida diaria de las personas. Y, por supuesto, también propagado en los medios de comunicación y en las redes sociales.

El primer caso en México es dado a conocer de manera oficial el 28 de febrero del 2020. En su red social de *Twitter*, el diario Reforma avisa: “*#LoUltimo*: Se confirma el primer caso de *Coronavirus* en México en un hombre de 35 años que regresó de Italia y se encuentra aislado en CDMX. El caso se constató al realizar una segunda prueba al infectado tras dar positiva en la primera. Junto con el paciente, fueron aislados su esposa, su hermana y dos hijos, pues fueron las primeras personas que tuvieron contacto con él a su regreso a México procedente del norte de Italia, donde presuntamente habría sido contagiado”.

En España, el primer caso se anuncia el 31 de marzo. Los medios cuentan que se trata de un ciudadano de origen alemán que se encontraba vacacionando en *La Gomera*, en las Islas Canarias. En Argentina, por su parte, el denominado caso cero de *Covid-19* aparece el 3 de marzo. Ese día la versión digital del diario Clarín titula: “Confirmaron el primer caso de *Coronavirus* en Argentina: trasladaron el paciente a otra clínica”. En cada país el reporte del primer infectado se transforma en un verdadero acontecimiento.

Los primeros casos son seguidos y estudiados a detalle. Importa saber de dónde viene la persona infectada, pero todavía importa más conocer con quiénes estuvo relacionada “cara a cara” los últimos días. “Contactos directos o cercanos”, les llaman.

Las autoridades insisten una y otra vez, y los medios se encargan de difundir el mensaje: resulta urgente avisar a esas personas para que inmediatamente se aíslen. Se trata de establecer un nexo epidemiológico que permita acotar el margen de maniobra del virus, una suerte de cortafuego sanitario.

Pero con el paso del tiempo, y con el aumento meteórico de los casos, las tareas de rastreo de contactos directos se van tornando tan estériles como impracticables. Es que, para ese entonces según la jerga de los epidemiólogos, el virus ya circula “en modo comunitario”.

De un día para otro, en las tertulias de los programas de televisión y también en las notas de los medios gráficos, aparecen personas que hasta hace nada eran perfectas desconocidas para el gran público: se trata de epidemiólogos, infectólogos y virólogos. Sus voces empiezan a ser replicadas en los medios y en las redes sociales, al punto que, de tanto sonar aquí y allá, sus nombres y apellidos comienzan a transformarse en familiares para todos.

La palabra *Coronavirus* se torna omnipresente. Y junto a ella emerge un nuevo término, *Covid-19*, que también sirve para identificar a la nueva enfermedad. La flamante denominación es dada a conocer por la OMS unas semanas antes de declarar de modo oficial la pandemia. ¿Por qué *Covid-19*? Muy sencillo: se trata de la mezcla de las palabras “corona”, “virus” y “*disease*” (enfermedad en inglés), el agregado 19 es en referencia al año de surgimiento del virus.

En la “era del Coronavirus” cada día espera con ansia el reporte de infectados y fallecidos. Y según los números que se informen, el panorama puede pintar mejor o peor. Una curva que desciende en los gráficos de ocasión provoca cierto alivio y optimismo. Pero cuando esa misma curva se dispara abrupta hacia arriba lo que sobreviene es la intranquilidad y la zozobra.

Los que están a cargo de la salud pública insisten en que uno de los parámetros al que debe prestarse mayor atención, es el porcentaje de

ocupación de camas de terapia intensiva o alta complejidad. Cuando este porcentaje se acerca a su tope es entonces que se disparan todas las alarmas. “Fue muy triste y estresante. Si había lugar se quedaban internados, si no, sólo se trasladaban a otro hospital, pero siempre se les daba la primera atención”, asegura Monserrat Armijo González, quien se desempeña como Enfermera General en el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán.

En las primeras semanas, el foco de mayor preocupación se pone en las personas mayores. Los especialistas insisten en el diagnóstico: son los ancianos los que están más expuestos a los efectos del virus. Entonces, la atención médica inevitablemente se posa en lo que sucede en los hogares de adultos mayores, si allí se producen brotes y cuáles son las consecuencias. Y al mismo tiempo, también se alerta sobre los riesgos de contagio en aquellos que tienen algún tipo de enfermedad preexistente. Los responsables de la salud y, junto a ellos los medios de comunicación, los catalogan bajo el término “grupos de riesgo”.

A través de los medios se postula una cierta “pedagogía de la pandemia”. En esta sintonía el diario Reforma propone “¿Cómo prepararse para el Coronavirus?”. Especialistas enseñan a la gente a higienizar los paquetes y las latas traídas del supermercado; también las frutas, las verduras y cuanto cosa resulte susceptible de ser lavada. “¿Hay que limpiar los productos que compramos en el súper? Dudas caseras sobre el Coronavirus”, se pregunta el periódico digital español eldiario.es.

Los consejos son enfáticos respecto al lavado de las manos. Es que, en un primer momento, los epidemiólogos creen que la principal vía de contagio se origina al tocar superficies contaminadas y luego llevarse las manos a la boca, la nariz o los ojos. Sin embargo, algún tiempo después la tesis del contagio a través del aire gana terreno y, por lo tanto, lo que se recomienda a de manera estricta son los cubrebocas o mascarillas.

También, en tono pedagógico, el periódico digital Infobae explica cómo usar correctamente el tapabocas, y advierte que se trata de la única herramienta eficaz contra la *Covid-19* mientras no lleguen las vacunas. En la nota se incluye una serie de tutoriales para la fabricación de cubrebocas caseros.

Es entonces que proliferan en todas partes aquellas imágenes de personas con mascarillas, que antes solamente podían verse a través de la televisión en lugares tan remotos como Japón, China o Corea, y que ahora pueden encontrarse aquí, en cualquier esquina, en el mercado de enfrente o en la tienda de la esquina. Con el Coronavirus no solo cambia la fisonomía de las ciudades, sino que también se modifica abruptamente la fisonomía de los rostros de cada persona.

En algunas crónicas y artículos aparece, algunas veces de forma explícita y otras de forma algo más solapada, cierta sensación de histeria y miedo ante la posibilidad de contagio. En una nota realizada por el periódico El País, se señala que “México no ha estado exento de la paranoia y la difusión de noticias falsas, pese a que el primer caso detectado en Latinoamérica se dio a conocer apenas esta semana, en Brasil. Cuando se hizo público, por ejemplo, que un crucero que había sido rechazado de Jamaica y de las Islas Caimán podía atracar en Cozumel, una isla del Caribe mexicano, un puñado de residentes locales salió a quejarse y a gritar consignas contra los tripulantes de la embarcación”.

Sobrevuela en el ambiente cierto estado de sospecha generalizado del que nadie parece estar exento. La paranoia se puede disparar ante los gestos más banales. Un mero estornudo o un ataque de tos en la calle pueden ser vistos con recelo por las personas que ocasionalmente allí se encuentren.

Mientras tanto en los medios, los periodistas y los locutores repiten hasta la saciedad lo de la “sana distancia” y lo de “quedarse en casa”. En los programas informativos se habla y se debate mañana, tarde y noche sobre la conveniencia o inconveniencia de las medidas de confinamiento; si el uso de

los cubrebocas debe ser obligatorio o no, sobre la situación de los sistemas sanitarios públicos (si van a dar abasto o van a terminar colapsando), sobre los efectos que estas medidas tendrán en la economía, sobre la búsqueda frenética de algún medicamento que sirva para curar el virus, y también sobre la carrera vertiginosa para la obtención de alguna vacuna que actúe como defensa preventiva ante el *Coronavirus*.

Los temas se imponen en el día a día. Se habla de ellos en las casas durante las largas horas de confinamiento, y también son temas recurrentes en las conversaciones entabladas a través de las redes sociales. El diálogo social está indiscutiblemente atravesado por el *Covid-19*.

Algunos rituales se imponen a modo de credo. En las primeras semanas de confinamiento, en diferentes partes del mundo la gente se asoma a determinadas horas a las ventanas de sus casas, o bien, sale a los balcones para aplaudir a los trabajadores sanitarios. Parece ser una forma de comunicarse en unos días en que los cuerpos deben permanecer alejados los unos de los otros.

Sin embargo, el ritual poco a poco se apaga y aquel reconocimiento colectivo a los trabajadores de la salud muta, en algunos casos, en indiferencia y, todavía más extremo, en ciertas actitudes violentas.

Esto se refleja de modo directo en una nota aparecida en El País, en la que una enfermera denuncia que sus propios vecinos le gritaron “traes el *Covid*” al tiempo que remataron la agresión, por si no fuera suficiente, escupiéndola. Al respecto, Monserrat Armijo señala que ella y sus compañeros enfermeros tenían desconfianza cuando se tenían que trasladar al hospital. “Todos íbamos con miedo, más cuando nos enteramos por medio de las noticias que empezaron a lanzar cloro al personal de salud, afortunadamente a nadie le pasó”, dijo.

En Buenos Aires, Argentina, el diario La Nación cuenta en su versión digital sobre una serie de denuncias a consorcios, como consecuencia de los ataques sufridos por médicos y trabajadores sanitarios en general. En la

crónica se reproduce la foto de una nota de advertencia dejada por algún vecino en el ascensor del edificio: “Si sos médico, enfermero, farmacéutica o te dedicas a la salud, ándate del edificio porque nos vas a contagiar a todos hdp!!! Tus vecinos”, dice el mensaje en tono amenazante.

En la mayoría de los países, incluso los más desarrollados, el *Coronavirus* deja al desnudo muchos de los errores de los sistemas sanitarios públicos. En algunos casos, la situación se torna dramática y los medios dan cuenta de esto: “La avalancha que asfixia a los hospitales”, informa El País. Y el portal BBC News titula: “*Coronavirus* en Italia – La sala de emergencias se está derrumbando: la situación que deben enfrentar los médicos que atienden a pacientes con *Covid-19* en el país europeo”. El personal sanitario trabaja a destajo y, en la mayor parte de los casos, bajo malas condiciones materiales.

Para Armijo González, uno de los errores del sistema de salud a su consideración, es que no se abrieron los suficientes espacios para recibir a los pacientes que ya tenían síntomas. “Aunque ya estaban siendo atendidos, la espera de una cama de terapia intensiva en ocasiones era mucha. El hospital estaba 100 por ciento lleno, entonces en el área de consultorios sólo llegaban a morir”, recuerda.

En una columna de opinión en el New York Times, Tom Frieden, ex director de los Centros para el Control y las Prevenciones de Enfermedades de los Estados Unidos, sostiene que “las olas reiteradas de *Covid-19* han puesto de manifiesto las debilidades y la escasez crónica de financiamiento de nuestros sistemas de salud pública y atención médica primaria”. Según la mirada de Frieden, las enfermedades infecciosas surgen cuando “las sociedades fracasan”, lo que a su vez se traduce en políticas sanitarias frágiles e incapaces de detectar a tiempo las nuevas amenazas.

El confinamiento en los hogares parece modificar la noción del tiempo. Para muchos el cambio es radical. Antes, en la vorágine cotidiana el tiempo

siempre parecía escasear. Y ahora todo lo contrario, sobra por demás. El hastío y el aburrimiento acechan amenazantes.

Otro elemento que aparece en el tablero es el descontento de aquellos que se oponen a las medidas de reclusión en los hogares. En las calles de muchas ciudades, en diferentes partes del mundo, se producen manifestaciones de quejas. Apenas dos ejemplos entre tantos: la cadena televisiva alemana DW-TV da cuenta de nuevas marchas en Argentina contra el Gobierno y la cuarentena, en tanto que, Euronews.com avisa sobre una protesta en Londres contra el confinamiento “mientras la *Covid* se apodera de Europa”.

Mientras esto sucede, muchos sectores de la economía se detienen. A la incertidumbre del virus y la salud se le suma la incertidumbre por el trabajo (su falta o la posibilidad de perderlo). Apenas cuatro meses después de declarada la pandemia por la OMS, el Banco Mundial da a conocer un comunicado, en el que asegura que “la *Covid-19* hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial”. En el informe se indica que “los efectos están siendo particularmente profundos en los países más afectados por la pandemia y en aquellos que dependen en gran medida del comercio internacional, la industria de viajes, las exportaciones de productos básicos y el financiamiento externo”.

Entre los sectores más afectados, el turismo aparece en primera plana. A lo largo y ancho del planeta, los principales centros turísticos se paralizan. Los hoteles se quedan sin huéspedes. Restaurantes, bares, cines, teatros, centros comerciales, discotecas, entre otros, se ven forzados a cerrar sus puertas. El Clarín adelanta que, como consecuencia de la crisis provocada por la pandemia, la industria del turismo podría llegar a registrar pérdidas por US\$ 1,2 billones en todo el mundo.

La vida se torna distinta con el *Coronavirus*. Y también la muerte. Aquellos que fallecen como consecuencia del virus mueren solos. Los familiares y amigos no los pueden acompañar en las últimas horas. Ni tan

siquiera en las ceremonias de entierro. La muerte se procesa en la más absoluta de las soledades.

El diario El País habla de los duelos sin despedida en México y en la *BBC News*, por su parte, se puede leer sobre “el drama de los entierros sin familia en Italia en medio de la pandemia de la *Covid-19*”. Monserrat Armijo lo recuerda de una manera distinta: “Se amortajaban con sábanas y de ahí en una bolsa, se bajaba el cuerpo al área de patologías y después se entregaba a sus familiares. Nos decían que no podíamos abrir las bolsas por la exposición a contagiarse”, explica.

Una vez más: todo parece girar en torno al *Coronavirus*. Los temas que antes ocupaban la centralidad mediática ahora parecen relegados. Las agendas y las prioridades se modifican. Los gobiernos en cada país se encuentran ante un escenario totalmente inesperado.

Se postergan encuentros, se aplazan viajes ya programados, se cancelan citas. Los aeropuertos parecen páramos desiertos comparados con el torbellino de cualquier día normal. Pero ya no hay días normales. Se confeccionan largos listados de países a los cuales ya resulta imposible viajar. Se les cataloga bajo la fórmula de destinos con alto riesgo epidemiológico.

“Es como estar en un aeropuerto fantasma”, dice un trabajador de una aerolínea al diario Clarín. A su vez, el portal de noticias de CNN en Español también refleja el parón en seco que supone la pandemia para el sector aerocomercial. En la nota pinta un escenario de aeropuertos vacíos, aviones en tierra y pérdidas millonarias.

En pleno pico pandémico, el espacio público aparece más controlado que nunca. Los móviles de los noticieros transmiten en vivo y en directo desde los puestos de control colocados en las salidas del transporte público o también en los ingresos y egresos de las autopistas.

La pandemia altera hasta los detalles que parecen más pequeños. Los viejos ritos sociales de los encuentros se modifican: se extinguen los abrazos

y los besos. También los apretones de manos. Algunos se saludan chocando los puños y otros eligen chocar sus codos. Es el saludo “codito”.

Los meses pasan y el virus persiste obstinado, aunque los especialistas explican que, del virus original, aquel nacido en la remota ciudad de Wuhan, ya poco y nada va quedando. Es que el virus muta, va cambiando su ropaje y de allí esos nombres que de tanto repetirlos se tornan familiares: *Beta, Delta, Ómicron*.

Entre tanto cansancio y hastío, de cuando en cuando se cuele una pizca de esperanza. Las noticias cuentan que en los laboratorios se trabaja para llegar cuanto antes a la vacuna. La pregunta recurrente de los periodistas (y de todos) es “¿y para cuándo?” En su portal digital la cadena de medios española RTVE, informa sobre los resultados positivos en las primeras pruebas de una vacuna china.

Comentarios similares se replican en otros medios. En líneas generales, el tono que predomina en la mayoría de las noticias relacionadas a las vacunas es de cierto optimismo, aunque en algunos artículos también aparecen algunas señales de cautela. Es el caso del periódico The New York Times, cuando advierte que la primera vacuna no supondrá la solución definitiva a la pandemia.

Todas y cada una de estas cuestiones, alimentan eso que podría identificarse como “la narrativa del Coronavirus”, un relato que, aún hoy, está en proceso de construcción. Por lo visto todavía quedan algunos capítulos por escribir.

PERIODISMO AL ABORDAJE: ESTADO DE GUERRA

El tema del Coronavirus es abordado por los medios desde diferentes perspectivas y enfoques. No hay de hecho, un registro único, aunque sí pueden percibirse en el trazo general algunos denominadores comunes. Uno de ellos, acaso el más distintivo en la primera etapa de la pandemia, es la adopción de la *jerga bélica*, es decir, la lucha contra el Coronavirus entendida como si se tratara de una guerra.

La tentación está ahí a la mano y parece difícil resistirse. Cada vez que aflora una crisis profunda, de esas que mueven la estantería en lo social y lo económico, la dirigencia política y los medios de comunicación suelen recurrir a un recurso tan viejo como la pólvora: la estrategia comunicativa de asociar una amenaza, en este caso sanitaria, como si se tratara de un enemigo al que se puede vencer adoptando el discurso simbólico de la guerra.

“Se busca una cierta épica. Se quiere aprovechar la crisis para reforzar valores de solidaridad”, aporta Xosé Manoel Nuñez Seixas, en un testimonio dado al periódico español infoLibre. Historiador, ganador del Premio Nacional de Ensayo 2019, Nuñez Seixas advierte que se trata de un tipo de épica que puede volverse contra sí misma, ya que a veces la línea que separa lo sublime de lo ridículo suele resultar muy fina.

Para Nuñez Seixas, detrás de la retórica belicista se asoma la necesidad de generar una suerte de estado de *causa común* y disciplina. Se trata de homogeneizar el frente interno, tornarlo hermético, algo que habitualmente suele suceder durante las guerras externas. Y en esa construcción discursiva, es que se apela entonces a la búsqueda de una cierta épica o gesta colectiva: “Al virus lo vencemos entre todos”, rezaba uno de los eslóganes más difundidos en las primeras semanas de la pandemia.

Ya mucho antes de la aparición del Coronavirus, la escritora norteamericana Susan Sontag había advertido en su libro “La enfermedad y sus metáforas”, sobre la inconveniencia de utilizar estos recursos semánticos

para simbolizar la lucha contra determinadas enfermedades, especialmente el cáncer.

Lo cierto y concreto, es que la puesta en escena de la pandemia en clave bélica se impone en el vocabulario de los medios, pero antes es adoptada por buena parte de la dirigencia política. La idea prende de tal modo que las metáforas guerreras inundan las conferencias de prensa y las intervenciones públicas de presidentes, ministros, funcionarios y del resto de la clase política en diferentes partes del mundo.

Con el virus ya instalado en todos lados, cada país comenzó a encerrarse sobre sí mismo. Las fronteras se clausuraban y los gobiernos fijaban las diferentes modalidades de cuarentenas. En este contexto de incertidumbre y preocupación, y con toda Francia expectante y pegada a los televisores, el presidente galo Emmanuel Macron disparaba sin medias tintas: “Estamos en guerra sanitaria”. Un recurso similar sacaba de la chistera su colega español, Pedro Sánchez: “Nadie puede ganar solo esta guerra”.

Un repaso por algunos de los titulares aparecidos en la prensa española da cuenta de la impresión bélica que predominó por entonces en buena parte del discurso mediático:

- “España no se rinde” (ABC – 19/3/2020)
- “El Ramón y Cajal es un hospital de guerra” (El Mundo – 21/3/2020)
- “Es la guerra de nuestra generación” (El País – 22/3/20)
- “Ofensiva para evitar nuevos contagios entre el personal sanitario” (La Vanguardia – 4/3/2020)

El uso de la palabra *Coronavirus* como una metáfora bélica, fue un fenómeno que se hizo visible de modo evidente en el primer tramo de la pandemia. Sin embargo, con el paso del tiempo esa tendencia va a ir atenuándose. Claro que no del todo. Es que casi un año más tarde de la aparición de la *Covid-19*, el presidente norteamericano Joe Biden sentenciaba: “Estamos lejos de ganar la guerra”.

La heroicidad, elemento tan emparentado con las cuestiones guerreras, fue depositada en su momento en los trabajadores de la salud, aquellos que estaban (otra vez la retórica bélica) en la primera línea de la batalla o, si se quiere, en las trincheras. Claro que, con el paso del tiempo, ese reconocimiento inicial se convirtió en indiferencia e incluso, en no pocas ocasiones, en agresiones contra el personal sanitario. Así las cosas y, casi sin escalas, los encargados de cuidar la salud de todos fueron despojados del traje de héroes que inicialmente la sociedad les había otorgado.

En los discursos públicos y en las crónicas periodísticas, el *Coronavirus* es descrito como “ese enemigo invisible”. Se trata de identificar a un individuo ajeno y peligroso, al que se debe derrotar estrechando filas los unos con los otros.

El recurso no es nuevo: a fines del siglo XIX Charles Laveran, médico militar de origen francés, apelaba a la retórica guerrera para advertir sobre un fuerte rebrote de malaria, que por aquel entonces se producía en el norte de África y también en varios países asiáticos.

El virus acecha, se camufla, invade, avanza, retrocede. El agente que desata la enfermedad se mueve y actúa como si se tratara de un implacable ejército enemigo.

Dolores Ruiz Berdún es profesora de Historia de la Ciencia en la Universidad de Alcalá. En un artículo aparecido en el portal digital *The Conversation*, Berdún describe los puntos de contacto entre una pandemia y una guerra: “Desde que ha comenzado la emergencia sanitaria nos hemos acostumbrado a oír y a utilizar un lenguaje propio de un escenario bélico. Del personal sanitario y los cuerpos de seguridad decimos que están en *primera línea* o en las *trincheras*. Los pacientes y personal sanitario *luchan* contra la enfermedad. Otras personas están en la *retaguardia*. Esta es una batalla que vamos a ganar, se oye decir muchas veces. Y los periodistas nos dan *partes de guerra*”, indica.

Tal como suele suceder en las guerras, durante la crisis del *Coronavirus* muchos hoteles, escuelas y gimnasios terminaron siendo transformados en hospitales improvisados sobre la marcha, con el objetivo de dar respuesta a la avalancha indetenible de contagios.

La metaforización de lo bélico es un recurso que suele estar presente en las conversaciones de todos los días, tanto en los hogares como en el trabajo, en las calles, en las oficinas o en cualquier sitio. Uno de los ejemplos más comunes es el fútbol y el modo en cómo éste se vive, pero, sobre todo, la forma en cómo se narra.

Las crónicas deportivas suelen apelar con frecuencia a este tipo de herramientas. Partidos de fútbol que se cuentan como si se trataran de grandes batallas, rivales circunstanciales que en la pasión de la competencia se transforman en acérrimos enemigos, instantes del juego en que nada parece suceder y que los comentaristas los describen como momentos de tregua, el despliegue en el terreno de juego de tácticas y estrategias, de ataque y defensa, jugadores que avanzan y luego se repliegan, equipos enfrentados en el campo de batalla que deciden firmar la paz, y la camiseta puesta allí como símbolo del orgullo nacional. En definitiva, todas figuras retóricas que nos remiten a la cuestión de la guerra.

TIEMPOS AGITADOS: LA SOCIEDAD DE LA VIGILANCIA Y LA AMONESTACIÓN

Otro registro que aparece de modo más o menos recurrente en la mirada retrospectiva de los medios, es el vinculado al rol de “vigilancia y amonestación” que en algunas ocasiones ha adoptado el discurso periodístico, especialmente en lo referido al cumplimiento de las normas sanitarias dispuestas en su momento para combatir el *Coronavirus*.

En un contexto de pandemia y de movimientos acotados como consecuencia de los confinamientos, las transgresiones a las normas despertaron, en líneas generales, un profundo malestar y provocaron, en muchos casos, un fuerte reproche social. Y muy a menudo han sido los medios los encargados de traducir, explicitar y amplificar ese enojo colectivo.

Durante semanas y semanas, buena parte de la cobertura mediática se concentró en denunciar y mostrar los casos de aquellas personas que, de alguna manera, decidieron saltarse las normas. Viajes realizados desobedeciendo las restricciones de movimiento y fiestas organizadas de modo clandestino, cuando regían limitaciones de encuentro entre las personas, son algunos de los ejemplos más recurrentes.

Se sabe que la condena social cada vez con mayor frecuencia se resuelve en las pantallas de televisión, en las páginas de los periódicos y en el entramado de las redes sociales. Y esa condena social suele resultar tan contundente como irreversible. Una vez dictada la sentencia y bajado el martillo, no parece haber en rigor, una instancia de apelación que pueda siquiera atenuarla.

En su libro *Crime, Institutional, Knowledge and Power*, el doctor en Filosofía y experto en Criminología y Medios de Comunicación, Aaron Doyle, aporta su granito de arena al debate sobre el rol de “juez” asumido muchas veces por los medios. y cómo estos pueden incluso constituirse en un factor de notoria influencia para el sistema judicial. Doyle recuerda que “la televisión,

y en nuestro contexto internet, han contribuido al desarrollo de un modo alternativo, más expresivo, de justicia criminal contemporánea, no solo influenciando a los miembros individuales de sus audiencias, sino también influenciando directamente al sistema de justicia de distintas maneras, direccionándolo hacia prácticas punitivas (...) como el escarnio público, el juicio mediático y la intensificación del castigo”.

No es un secreto para nadie: la pandemia se recorta sobre un estado de ánimo colectivo, en el que la irritabilidad juega un rol preponderante. Es que el *Coronavirus* y los trastornos infinitos que éste ha supuesto en la vida de millones de personas, parece haber modificado de manera abismal los modos de percepción y la tolerancia con que se asimilan determinados comportamientos. La fórmula *restricciones + paso del tiempo*, derivó inevitablemente en un menor grado de tolerancia y, por lo tanto, en una mayor predisposición al enojo y la irritación.

Los medios parecen jugar un doble rol: el de escaparate de cuánto sucede y también, de forma paralela, el de agentes de control de las normas de confinamiento. Pero la cuestión de la vigilancia trasciende la propia esfera de los medios de comunicación. Es que las infracciones y las transgresiones son captadas y reproducidas por la maraña gigantesca de cámaras distribuidas a lo ancho y largo de las ciudades. Casi que no hay punto ciego donde guarecerse. En cierto modo la escena remite a la sociedad de vigilancia postulada por el filósofo francés Michel Foucault.

Sobre este último punto, Doyle recuerda que “las cámaras públicas y privadas junto a los informantes públicos se unen a la policía y los medios en un *ensamblaje de vigilancia* cuyas herramientas son propiedad de organizaciones públicas y privadas no sincronizadas con agendas diversas, cada una enfocada en distintos grupos sociales (...) La potencia de este *ensamblaje de vigilancia* es entonces, en parte, su habilidad para identificar e individualizar”.

En el recorrido retrospectivo por las crónicas de los periódicos y en los programas de televisión, sobrevuela una idea recurrente: la de un antes y un después del *Coronavirus*. De hecho, cuando los medios hablan del pasado inmediato, el de ayer, lo identifican bajo la fórmula de la “vieja normalidad”. Y al presente lo bautizan como la “nueva normalidad”.

Y es justamente esa “nueva normalidad” la que durante todo este tiempo ha ocupado el centro de la escena y la que ha puesto patas para arriba la vida de millones de personas. Se trata, ni más ni menos, que de la vida (y la muerte) transitada en la era de “los días raros”.

LAS CALLES VACÍAS Y LAS PANTALLAS ENCENDIDAS

Las ciudades, de pronto, mutan su fisonomía. Nadie por aquí, nadie por allá. Estaciones del transporte público vacías. Grandes avenidas despobladas. Plazas transformadas en terrenos desiertos. Estadios de fútbol cerrados. La vorágine de todos los días se apaga. Las ciudades parecen otras, ajenas, lejanas... Estas son algunas de las postales imborrables de “aquellos días raros”, retazos de imágenes que, dos años después, todavía perduran en el inconsciente colectivo de millones de personas a lo largo y ancho del planeta.

Una de las marcas narrativas más fuertes de la pandemia, se produce en el tramo del encierro en las casas. Estos periodos de confinamiento en los hogares se van adoptando en los diferentes países según el comportamiento del virus (niveles de contagio y letalidad, por ejemplo).

En algunos países, como Suecia, en una primera instancia se baraja la posibilidad de apostar por la inmunidad de rebaño, como forma de combate contra el *Coronavirus*, es decir, provocar un contagio masivo de la población para que el virus se quede sin posibles receptores a los cuales infectar. Finalmente, esta estrategia termina siendo descartada. “Suecia le avisa al

mundo: no hay señales de que la inmunidad de rebaño contenga la pandemia”, informa por entonces El Financiero. Algo parecido sucede en el Reino Unido.

La pandemia, al menos en buena parte de su primera etapa, obliga a adoptar prácticas sociales poco usuales y, por esto mismo, de compleja asimilación y acostumbramiento. La cuarentena es el caso más emblemático. Se trata de un método que comienza a ser utilizado de modo sistemático en la época medieval, aun cuando ya existían antecedentes de prácticas similares en Grecia y Roma, allá por el siglo V a.C.

Desatada la Peste Negra en Europa en el siglo XIV, los viajeros que llegaban a Italia en barco provenientes de Asia, eran obligados a permanecer a bordo por un lapso de 40 días, como forma preventiva para que el virus no ingresara tierra adentro. *Quaranta giorni* es el término empleado en idioma italiano, de allí la palabra cuarentena.

Casi seis siglos después, en 1918, la denominada Gripe Española obligó a apelar otra vez a la cuarentena como aislamiento preventivo, además de la difusión y recomendación de medidas de higiene personal y el cierre de espacios públicos. Ahora con la irrupción de este nuevo *Coronavirus*, aquella vieja práctica medieval termina siendo recuperada en pleno siglo XXI.

Apenas los diferentes países empiezan a adoptar medidas de confinamiento, los medios de comunicación masiva se encargan de mostrar y multiplicar imágenes preñadas de una rareza extrema: el espacio urbano-público abandonado, como si se tratara de una suerte del “día después del Apocalipsis” en clave pandémica.

Y adentro, en la interioridad de los hogares, millones de personas viendo en vivo y en directo esa desolación externa repetida hasta el cansancio en las pantallas de los televisores, en las computadoras y en los teléfonos móviles.

La reclusión, ensimismamiento y disminución de las relaciones sociales, como condición necesaria para atenuar los daños epidemiológicos

generados por el *Coronavirus* provocan, sin embargo, una cantidad nada desdeñable de efectos colaterales, cuyas consecuencias todavía hoy resultan difíciles de dimensionar. Estrés, fatiga mental y depresión son apenas algunas de las secuelas dejadas por el *tsunami Covid*.

Daniela Vega Plascencia, reportera del sitio informativo Uno TV, afirma que el confinamiento marcó un cambio radical en su dinámica diaria, “el hacer todas las actividades cotidianas desde cuatro puertas y adaptarse a eso”; mientras que, para Carlos Andrés Monroy Juárez, empresario independiente, lo difícil fue ver la situación desde adentro, “saber que había gente que esto le afectaba mucho o que no tenía manera de hacerse de recursos, eso fue lo difícil”, explica.

Juan Rivas, por su parte, lleva 10 años desempeñándose como reportero en Uno TV. A él, como a otros tantos colegas, le tocó la desafiante tarea de trabajar en tiempos de pandemia. De aquellos días recuerda que “hubo todo un proceso de aprendizaje y de adaptación, proceso que incluso aún continúa. Adaptación primero en cuanto a las condiciones laborales y a las herramientas con las que uno cuenta para trabajar”, asegura.

Martín Kohan es escritor, periodista y profesor universitario. Nacido en Buenos Aires, Argentina, Kohan se encarga de explicar el tema de la reclusión de los cuerpos en los hogares. En aquellos días y semanas de confinamiento estricto, el autor de “Ciencias Morales” y “Dos veces junio”, escribe un artículo titulado “Había una vez un cuerpo”. Allí dice: “Estamos amputados de ciudad. Pasan los días, los pasamos sin salir, y vamos sintiendo progresivamente eso: que la ciudad le falta a uno, no a uno, sino al cuerpo (el cuerpo que uno es, el cuerpo que uno tiene, el cuerpo en el que uno está). Es ella la quitada de nosotros (por eso escribo: amputados de ciudad). Estamos en casa y el cuerpo se transforma. Porque el cuerpo, si es cuerpo de sujetos urbanos, está hecho de ciudad. Es casi su creación”.

Y acto seguido continúa diciendo: “(...) La ciudad, afuera, está vacía. ¿La extrañamos? Nos extraña. Se pregunta qué nos pasa, igual que cualquier

conocido que lleva tiempo sin vernos. Estamos en casa, metidos adentro. Pero también la casa ha cambiado, también se ha transformado el adentro, porque ese adentro se creó con ese afuera, porque las casas que habitamos cobraron sentido en la historia respecto a la ciudad. Las casas, la idea misma del hogar, son lo que son porque hay ciudad”.

En tiempos de pandemia el cuerpo muta, se transforma, el propio y los ajenos y lo que cambia, antes que nada, es la relación de unos cuerpos con los otros en tanto pasan a ser percibidos como una posible amenaza. Otra vez Kohan: “¿Qué le pasa entonces al cuerpo durante la cuarentena? No a nosotros sino al cuerpo. Porque todo esto que está pasando es puro asunto del cuerpo: el cuerpo que se infesta, el cuerpo que contagia, el cuerpo que propaga, el cuerpo que se enferma, el cuerpo que colapsa (él mismo), el cuerpo que colapsa (el sistema sanitario). Al cuerpo hay que meterlo adentro, quitarlo de la ciudad y quitarle ciudad (...) Sentimos el cuerpo distinto. Pero no es una sensación nada más; el cuerpo es de veras otro. Amputado de ciudad, vulnerable o peligroso, cuerpo aislado como nunca”.

Tal como dice Kohan el paisaje urbano está firmemente ligado a los cuerpos. Ellos mismos definen esos espacios, los cargan de sustancia, los proveen de sentido. Pero con la pandemia ese paisaje se carga de rareza, se vuelve extraño.

En un contexto de encierro colectivo, se envalentona el concepto de la frontera como muro antes que como puente. El repliegue material y simbólico cierra el espacio de posible encuentro y comunión. Barreras, retenes, barricadas, son algunas de las diferentes variantes que sirven para marcar y delimitar el acá del allá, lo nuestro de lo ajeno, lo propio de lo otro, lo seguro de lo inseguro, la certidumbre de la incertidumbre. El *Coronavirus*, y la cuarentena en su formato puro y duro, dejan en evidencia la radical separación y diferenciación entre el adentro y el afuera.

Y es en este contexto que los medios asumen, aun con sus posibles defectos, un importante papel como mediadores entre esas dos esferas que

se postulan opuestas o divorciadas la una de la otra. Un adentro retraído observando las imágenes, recuperadas por los medios y puestas a circular también por las redes sociales, de un afuera fantasmagórico.

Resulta común entonces toparse con infinidad de crónicas periodísticas con esas postales preñadas de una extrañeza radical, la de ciudades absolutamente vacías. Aparecen aquí y allí notas de color postulando y mostrando los lugares que antes solo podían representarse abarrotados de gente, y ahora se muestran absolutamente desiertos: *Times Square*, la *Fontana di Trevi*, *La Puerta del Sol* y tantos otros sitios icónicos, todos ellos notoriamente despojados de las multitudes que a diario, y en tiempos de *la vieja normalidad*, solían invadirlos.

En diferentes partes del mundo, con las ciudades deshabitadas, aparecen de pronto algunos visitantes que antes solían mantenerse a prudente distancia: se trata de animales salvajes de distintas especies que de pronto se encuentran con todo el terreno libre y así terminan acaparando el espacio urbano. El 23 de marzo de 2020 el periódico catalán, *La Vanguardia*, publica una nota con el título “La fauna recoloniza la ciudad ante el confinamiento por el *Coronavirus*”. En el artículo se cuenta sobre la presencia de pavos salvajes en el centro de Oakland y Madrid, jabalíes en Barcelona e incluso un oso en las calles de un pueblo asturiano.

Poco después en México, Infobae da detalles sobre una ballena avistada en plena bahía de Acapulco, en tanto que *El Confidencial*, periódico digital español, destaca que “en varias ciudades de Japón han aparecido centenares de ciervos, una situación que también ha tenido su réplica en Reino Unido”, además del paseo de un grupo de patos por una plaza céntrica de París y una decena de monos en busca de comida en una ciudad tailandesa.

Todas y cada una de estas escenas no corresponden a un guion de literatura fantástica, sino a la más estricta realidad: los humanos replegados en sus casas y los animales adueñándose de calles, avenidas y plazas.

De modo más o menos explícito, muchas de las crónicas periodísticas dan cuenta de ese estado de rareza generalizado. En muchos casos, el *Coronavirus* se narra como si hubiera algo que no se termina de entender del todo, algo que se resiste a ser decodificado. Es éste un punto clave, respecto al modo en que los medios se acercan y abordan el tema del *Covid-19*, especialmente en la primera etapa de la pandemia.

Se escribe y se narra desde la incertidumbre. “Sabemos muy poco de este virus”, dicen los especialistas. En este contexto nada puede darse por sentado. Todo es susceptible de ser modificado. Se vive en lo provisional. Incertidumbre y extrañeza van de la mano en el mismo combo.

En un artículo aparecido originalmente en el portal *Nero Editions* y luego incluido en el libro “Sopa de Wuhan”, el filósofo italiano Franco Berardi stampa en tinta y papel esa sensación de extrañeza. En la nota da cuenta de la impresión inicial que tiene, apenas los gobiernos comienzan a tomar las primeras medidas para tratar de frenar el *Coronavirus*.

Se trata de una escena que, en la mirada de Berardi, bien podría formar parte del llamado “género apocalíptico *hollywoodense*”. De sus palabras se desprende cierta sensación de extrañeza y también algo de perplejidad: “Al regresar de Lisboa, una escena inesperada en el aeropuerto de Bolonia. En la entrada hay dos humanos completamente cubiertos con un traje blanco, con un casco luminiscente y un aparato extraño en sus manos. El aparato es una pistola termómetro de altísima precisión que emite luces violetas por todas partes. Se acercan a cada pasajero, lo detienen, apuntan la luz violeta a su frente, controlan la temperatura y luego lo dejan ir. Un presentimiento: ¿estamos atravesando un nuevo umbral en el proceso de mutación tecno-psicótica?”, escribe.

Otra postal de la extrañeza, en este caso escrita por Santiago López Petit, filósofo español, en un artículo aparecido en el sitio *elcritic.cat* reseña: “(...) Por la ventana entra el silencio de la calle desierta. Todo aquello que parecía imposible o inimaginable sucede en estos momentos. La vida cotidiana ha volado por los aires y ya solo queda el tiempo de la espera”.

Tiempo de espera. Tiempo detenido. Tiempo muerto. Tiempo que se percibe diferente. Tiempo de la anormalidad o, si se quiere, de la nueva normalidad. La vida cotidiana se revuelve. Para algunos se detiene. Para otros se transforma en una carga que, semana a semana, se torna cada vez más pesada.

El adentro y el afuera ya no son lo que eran antes de la pandemia. En las calles y en las plazas los ruidos se aplacan. Se escucha el silencio, casi se puede tocar con las manos. Las fachadas de los comercios tienen las persianas cerradas. Solo los supermercados, farmacias, la venta de comida para llevar o artículos de primera necesidad permanecen abiertos.

Se ve gente a cuentagotas. Los que van en busca de alimentos, los que vuelven con la compra ya hecha, algunos con sus perritos para el paseo de rutina, unos policías custodiando las calles casi desérticas. Son los retazos de una postal que puede ser Lima, Madrid, Shanghái, Chicago, la CDMX o el sitio que fuere. Es que jamás las ciudades se han parecido tanto las unas a las otras como en este tiempo de “los días raros”.

La sensación de excepcionalidad y fragilidad aparece en el testimonio de Gustavo Yáñez González, chileno, profesor de Filosofía y Licenciado en Educación: “Si intentamos el siempre complejo y finito ejercicio de hacer memoria, es imposible hallar otro acontecimiento contemporáneo que sea comparable con la espectacularidad de la *Covid-19*; atentado en Wall Street, tsunami en el sudeste asiático, gripe aviar, vacas locas, etc. Nada se le iguala. Hiperconectividad, globalización hiperbólica... claro que sí. Pero, en el fondo de la superficie del asunto, el acertijo del espectáculo tal vez lo encontremos en que el virus nos hace recordar, sin que lo queramos, dos rasgos comunes

a todos los seres humanos: nuestra animalidad constituyente y nuestra fragilidad inmunológica ante lo desconocido. (...) El virus sabotea el imaginario del cálculo y del control del sí-mismo”, apunta en una columna publicada en *ficciondelarazon.files.wordpress.com*.

Ya se ha dicho: buena parte de la vida externa se apaga, pero hay otra cosa que se enciende como nunca. Y lo hace de manera brillante y arrolladora: el espacio de lo virtual. Las pantallitas de los celulares intentan atenuar la distancia física. Los cumpleaños se festejan a través de los monitores de las computadoras o los teléfonos. Las visitas a los abuelos se suplantán con videollamadas. Las tareas de la escuela se envían a través de mensajes de WhatsApp. Los que pueden trabajan desde sus casas.

Dos palabritas se ponen de moda: home office. La pandemia engendra su propia fauna y flora de palabras. El avance de la tecnología es cosa innegable. Y la dependencia cada vez mayor de hombres, mujeres, niños y ancianos, también resulta incuestionable.

Ya antes de la pandemia, el filósofo italiano Franco Berardi, escritor y docente de la Universidad de Bolonia, venía advirtiendo que “los dispositivos tecnológicos se han convertido en una prótesis de nuestros cuerpos y en una herramienta de relación permanente con el mundo, devaluando así nuestra experiencia directa e inmediata de la realidad, afectando las emociones, el psiquismo, la percepción y la relación con el otro”. Y agregaba: “Vivimos una época de patologías masivas, como las crisis de pánico, la depresión, la ansiedad, que no son patologías simplemente psíquicas, sino de la relación comunicacional”.

En esos días de confinamiento y con el Coronavirus esparcido por todos los rincones del planeta, resulta difícil escapar al *tsunami informativo*. El contexto y la coyuntura hacen lo suyo: largas horas de encierro, ansiedad e incertidumbre por el futuro, preocupación por la salud y todos los medios,

redes sociales incluidas, hablando las 24 horas del día sobre el asunto en cuestión. Lo que se traduce en un verdadero “atracción de noticias”.

SEGUNDA PARTE

LOS EFECTOS NOCIVOS DE LA SATURACIÓN INFORMATIVA

“Nos estamos ahogando en información, pero estamos muriendo de hambre por la sabiduría”.

Tony Robbins

Figura 2.



Imagen “Covid: Los riesgos de la saturación informativa”. Recuperado de la página Clarín Opinión en agosto 2021 de https://www.clarin.com/opinion/covid-riesgos-saturacion-informativa_0_xZY2961LL.html

EMPACHO DE NOTICIAS: CUANDO MÁS ES MENOS

El bombardeo de noticias no ha dado tregua. La agenda mediática de estos dos años ha sido rodeada de la A a la Z por el tema *Coronavirus*. Cada día, sin solución de continuidad, la pandemia ha monopolizado la oferta y la demanda de noticias de manera abrumadora.

Vale insistir en la idea: el contexto nunca ha sido tan propicio para el consumo compulsivo e indiscriminado de noticias, montados todos a galope en una crisis de dimensión mundial y alrededor de un tema que, por su peso específico, ha supuesto un quiebre absoluto en la vida de todos los días.

El de la pandemia ha sido un tiempo de encierro y, también, un momento de riesgos: el de atascarse y empacharse de noticias. La sobredosis informativa, se sabe, bien puede propender a la confusión generalizada. La acumulación indiscriminada de información no necesariamente significa que las personas se encuentren mejor informadas. La mera cantidad no es garantía de nada. La complejidad de la pandemia, con un virus del que poco y nada se sabía, terminó por empeorar las cosas.

Las idas y vueltas, los mensajes cruzados y contradictorios, propiciaron un escenario en el que cada información podía ser susceptible de ser corregida o directamente desmentida de un momento a otro. Así las cosas, lo que en un determinado momento se presentaba como A, veinticuatro horas más tarde bien podía transformarse en B y al día siguiente podía terminar siendo C.

Vega Plascencia, reconoce haber experimentado cierta sensación de confusión: “Me pasó cuando comenzó la crisis de los tanques de oxígeno y el incremento de las muertes. Todo cambiaba tan rápido y las autoridades emitían información tan diferente a la que se percibía en las calles y a la que transmitían los medios de comunicación, que no había certeza real de cuál era la verdad”, recuerda.

Justamente esa sensación de desconcierto e incertidumbre resultó recurrente durante buena parte de la pandemia, especialmente en los momentos más duros del confinamiento. Y en este contexto, tal como lo cuenta la periodista, la cuestión se hizo todavía más complicada cuando eran las propias autoridades las que contribuían al desorden generalizado con mensajes poco claros o contradictorios.

“El gobierno capitalino afirmaba que había suficiente cantidad de ambulancias, pero en las calles la realidad era otra. Lo que declaraba la gente al exterior de los hospitales era distinto. Hubo un abismo entre lo que se decía de manera oficial y lo que en realidad se veía en las calles. Eso provocaba alarma y desconfianza en los medios, pues el sentir generalizado era *alguien miente*”, explica Daniela Vega.

De igual forma, Juan Rivas afirma que vivió esa atmósfera de desconcierto en las conferencias matutinas del presidente López Obrador en México. “Solamente hablaban del tema el presidente y el Subsecretario de Salud, Hugo López Gatell, entre ellos yo llegué a detectar muchas confusiones. Una de ellas, por ejemplo, el tema del cubrebocas. Mientras el presidente decía que no era necesario el cubrebocas, el Subsecretario de Salud, enfrente de él le seguía la corriente y decía que no era necesario, pero en otros lados decía que sí”, sostiene.

Asimismo, reconoce que, aunque hubo la intención en todo momento de ser constructivos y de aportar claridad, muchas veces los reporteros, y específicamente los comunicadores, fueron rebasados. “En todo momento tuvimos que acudir a los expertos, a los especialistas para ir aclarando dudas y, a pesar de eso, la información no siempre fluía de la mejor manera. Yo creo que sí se hizo un esfuerzo, pero hubo momentos en el que los medios quedamos totalmente sobrepasados y llegamos a generar confusión, no con dolo, sino por la naturaleza de un tema que apenas se estaba conociendo”. Todo esto, aunado a un entorno de convivencia con un virus incierto, es el caldo de cultivo perfecto para que los medios puedan cometer errores al informar.

Este contexto, dominado por la incertidumbre y lo transitorio, es reflejado en *The New York Times* en un artículo escrito por Tom Frieden, ex director de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos. Frieden recuerda que la lección más importante que ha dejado la pandemia de *Covid-19* es el cambio constante de escenarios.

El exfuncionario sostiene que “todos —la sociedad civil, los funcionarios electos y los líderes del sector de la salud pública— debemos aprender de manera constante y adaptarnos con rapidez, bajo el entendimiento de que es poco probable que dure mucho la eficacia de cualquier respuesta política”.

Lo novedoso y extraordinario de la pandemia, es que hizo que los medios de comunicación se encontraran ante un escenario absolutamente inédito. En este contexto, una de las interrogantes centrales que de inmediato se impuso fue la siguiente: ¿cómo lidiar con el *tsunami informativo* que a diario se generaba? “Los medios no tenían experiencia previa para cubrir un suceso global de tal magnitud y, por ende, reproducían la información dada por los gobiernos, autoridades sanitarias, la OMS. La abundancia de información, muchas veces contradictoria, causó más confusión”, señala Francisco Muciño, editor en jefe del sitio altonivel.com.mx.

Con prisa y sin pausa

En estos tiempos que corren de hiperconectividad, el vértigo *mete la cola* en la vida diaria. Hoy no parece haber permiso para detenerse. No hay tiempo para nada. La urgencia es lo que prevalece. La lentitud y la calma, por el contrario, se penalizan. Se acumula información casi de modo compulsivo. La famosa broma de Woody Allen, una de tantas, parece algo más que un chiste ingenioso: “Tomé un curso de lectura rápida y fui capaz de leerme *Guerra y Paz* en veinte minutos. Creo que decía algo de Rusia”, remataba el director de “Medianoche en París”.

Los formatos periodísticos, como la arcilla, se amoldan a estas necesidades de lo expreso: textos que tienden a la brevedad, informaciones que se degluten unas a las otras. La vorágine en el consumo se traduce en una digestión instantánea de las noticias. Los espacios para la reflexión y el análisis tienden a achicarse. Es que ambas prácticas demandan y necesitan aquello que hoy parece escasear: tiempo. Los medios trabajan bajo la lógica de la velocidad. Importa llegar primero, colgarse la medalla de la primicia. La velocidad vale tanto para el consumo de la noticia como así también para su producción.

Sobre este último punto Martín Becerra, investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas en Argentina (CONICET) y doctor en Ciencias de la Comunicación, señala que una cuestión clave en la fase de producción de noticias, tiene que ver con el criterio de calidad contrapuesto con los mandatos de velocidad e inmediatez.

Becerra recuerda que, en la actualidad, es usual que un reportero gráfico se vea obligado a subir imágenes en los portales sin tener demasiado en cuenta la parte estética de la fotografía, sino más bien la rapidez y la primicia. Y agrega que esto también es aplicable para la cuestión del texto escrito, debido a que resulta cada vez más común verse ante la situación de “tener que resolver cómo hacer para escribir 4 ó 5 notas en el mismo tiempo que antes tenías para escribir una”.

Francisco Muciño explica que una de las cuestiones clave ante el escenario de la inmediatez y un problema de salud pública, como la *Covid-19*, es que los medios cuenten en sus redacciones con periodistas y reporteros especializados en la cobertura de temas de salud y ciencia.

Esto es, profesionales que “sepan informar con precisión sobre los hallazgos científicos y sobre aquello que reportan las autoridades con estándares de verificación, sin buscar *volar* la nota, sin querer exagerar sobre los hechos o declaraciones, o bien haciendo inferencias sin fundamentos”.

Para Muciño, la presencia de periodistas formados, especialmente en este tipo de temas, permitiría evitar que los medios caigan en la trampa de “publicar información sin verificar generando muchas veces alarmismo”. Y también actuarían como antídoto contra las denominadas *fake news*.

Por su parte, Juan Rivas coincide en señalar que uno de los principales déficits evidenciados por los medios de comunicación durante la pandemia, efectivamente tuvo que ver con la escasez de especialistas capaces de abordar, de modo técnico y ameno al mismo tiempo, un tema tan complejo como el Coronavirus. Y, según la mirada de Rivas, a esto hay que sumarle también la poca presencia en los medios periodísticos de *notas de tipo utilitario*, como por ejemplo artículos o reportajes que se hayan centrado en explicar cómo actuar ante un contagio o cuáles eran por entonces los hospitales disponibles para internarse.

Con el bombardeo constante de noticias, se termina por generar un cuadro donde lo que prima es el caos y la confusión por puro exceso. Hugo Pardo Kuklinski, Doctor en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona, remarca que “todo este fenómeno debería llamarse *la explosión de la desinformación* indigerible y confundidora”, en la que la palabra tiende a perder sentido.

Y es, en esta lógica, que el tsunami de información corre el riesgo de transformarse en una masa amorfa de signos incomprensibles, en la que casi nadie termina entendiendo casi nada. La distancia que hay entre informar para concientizar a la población sobre la prevención ante el virus, y la de generar pánico a través de la *infoxicación* suele resultar, en no pocos casos, bastante estrecha.

En el libro “La tiranía de la comunicación”, el periodista español Ignacio Ramonet se pregunta sobre la relación que existe entre conceptos tales como información y libertad, especialmente cuando las personas se encuentran sumidas en un contexto de superabundancia informativa. Y enseguida

ensaya la respuesta: para Ramonet, el hombre de hoy efectivamente tiene a la mano, *Internet* mediante, todas las informaciones, pero esto no necesariamente significa que goce de mayor libertad ya que “en la realidad se puede constatar que lo que más se incrementa en esta época es la confusión”.

Cofundador de la ONG *Media Watch Global* (Observatorio Internacional de los Medios de Comunicación), Ramonet propone una tarea de desmalezamiento. Es decir, despejar el terreno, quitar lo que no sirve para quedarse con lo sustancial.

Prescribe restarle preponderancia al culto por lo cuantitativo, el mero fetiche de la acumulación: “Hoy estamos convencidos de que una información de tipo cuantitativo nos resuelve los problemas que nos planteamos. Sin embargo, la información debe tener un aspecto de orden cualitativo, sin que sepamos muy bien lo que quiere esto decir. Pero sabemos que pasa por dos cuestiones: la credibilidad y la fiabilidad. Es decir, que lo que interesa de la abundante información actual es lo que va a servir, lo que va a ser útil, por una parte; y por otra, cómo quedarse sólo con lo que es creíble y fiable y, como consecuencia, con lo que representa un cierto número de garantías, ligadas a la ética, a la virtud, a la deontología, a la moral de la información”, sostiene.

Toda esta cuestión trata, al menos en parte, sobre un asunto vital para la salud democrática de las sociedades contemporáneas: el de la libertad de expresión e información. La propia ONU reconoce a ambos aspectos como un derecho humano universal e intransferible.

Así está planteado en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, proclamada durante la Asamblea General de la organización, que se llevó a cabo el 10 de diciembre de 1948 en París, Francia: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos postula en su artículo sexto que “el derecho a la información será garantizado por el Estado. Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión. El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e *Internet*”.

Uno de los primeros en advertir los efectos nocivos de la ingesta indiscriminada de noticias, fue Alvin Toffler allá por 1970 en su libro “Future Shock”. Allí promovía el concepto de *information overload* (traducido como sobrecarga de información).

Psicóloga y escritora, Jenny Moix Queraltó, se mete con la problemática de la saturación informativa en un artículo escrito en el diario El País, en el que dice que “cuando se habla de *infoxicación* normalmente se analiza el efecto que provoca sobre nosotros el rápido acceso al *maremágnum* de datos de *Internet*, pero hay otros canales tan caseros como el buzón que tenemos en la puerta de casa o el teléfono de toda la vida, que tampoco se quedan cortos a la hora de *infoxicarnos*. La cascada informativa que se nos viene encima a diario puede frustrarnos al provocarnos la sensación de que no podemos estar al día. (...) Desgraciadamente demasiada información no nos ayuda, sino que nos despista. Si tenemos en exceso nos resulta más complicado separar el grano de la paja (...)”.

En el artículo, que lleva por título “Saturados de información”, Moix Queraltó hace un repaso por los diferentes modos en que las personas suelen lidiar con el fenómeno del tsunami informativo. Uno de ellos es la lectura superficial, es decir, la asimilación light de datos sin pasarlos por el filtro de la pausa y la reflexión. Otro reflejo habitual tiene que ver con la multitarea, esto es la capacidad algo caótica de incorporar información proveniente de

diferentes fuentes al mismo tiempo. Y un tercer modo es el referido a la acumulación compulsiva de información, tarea que para la psicóloga resulta estéril, ya que la mayor parte de las veces esos datos terminan arrumbados en infinidad de archivos.

A estas alturas del partido la pregunta suena pertinente: ¿cómo atenuar esta tendencia que parece haber llegado para quedarse? En principio, la mayoría de los especialistas coincide en que deberían aplicarse dos antídotos elementales: pensamiento crítico y pedagogía mediática.

Durante la pandemia, la avalancha de noticias referidas al Coronavirus resultó tan contundente que obligó a adoptar un nuevo concepto: el de *infodemia*. El término fue lanzado al ruedo por la OMS bajo el anglicismo *infodemic* y enseguida fue adoptado y utilizado en los discursos de los medios de comunicación masiva y las redes sociales.

La palabra se impone con tanta fuerza que, incluso la Real Academia Española de la Lengua (RAE), decide darle el visto bueno como una palabra nueva que viene a referirse a “la sobreabundancia de información”. Otro vocablo empleado en un sentido más o menos similar es el de *infoxicación*, esto es la intoxicación como consecuencia de la ingesta indiscriminada de noticias.

Un estudio publicado durante el 2020 por el periódico colombiano El Tiempo, refleja el impacto directo que tuvo la pandemia en relación con el aumento del consumo de noticias en Latinoamérica. Entre las conclusiones principales, se destaca que “más del 52 por ciento consumió *más o muchas más* noticias durante el inicio de la pandemia en comparación con un año normal”. Perú figura al tope del ranking, con un incremento del 61 por ciento. El podio lo completan Chile con el 53 y Argentina con 52 por ciento. Luego le siguen Brasil y México con 51 y Colombia con 45 por ciento.

El trabajo también da cuenta de la “sensación de saturación informativa” percibida por las audiencias de los diferentes países. En esta

categoría, Colombia ocupa el primer lugar con el 81 por ciento, es decir que 8 de cada 10 personas consultadas, asumen haberse sentido sobresaturadas de noticias en algún momento, desde el inicio de la pandemia. Argentina con el 79 por ciento, Perú con el 78, Chile con el 77, Brasil con el 67 y México con el 62 por ciento completan el listado.

René Hernández López, director de Kreinto Comunicación, asegura que el confinamiento provocó un consumo acelerado de noticias, sin embargo, esta fue una tendencia que se debilitó con el paso del tiempo desde su punto de vista. Para el comunicólogo, el exceso de información y la sobreexposición a datos sensibles alteran la dinámica informativa cotidiana y producen un estado de alerta permanente. “El efecto de la infodemia fue palpable en prácticamente todos los estratos de la sociedad y se convirtió en un tema de discusión durante el periodo de confinamiento”, explica.

CONECTADOS 24x7

No se trata de un secreto guardado bajo siete llaves, sino que es un fenómeno que está expuesto a la vista de todos: la dependencia hacia los dispositivos electrónicos resulta cada vez mayor. Y en pandemia, esa dependencia se hizo todavía más explícita y en muchos casos, incluso al punto de tornarse en un *comportamiento adictivo*.

En estos tiempos de hiperconectividad, la abstinencia de tecnología no es cosa fácil. De esto puede dar testimonio Clara Oyuela, una psicóloga y docente nacida en Argentina y autora de “Crónicas de una abstinencia”, libro en el que cuenta su experiencia luego de permanecer 30 días totalmente desconectada de las redes sociales y de *WhatsApp*: “Creo que el uso de los celulares se nos fue de las manos y que es necesario tomarse un momento, frenar y reflexionar sobre el uso que le damos”, cuenta en una entrevista con Infobae.

Lo que narra en el libro es lo más parecido a una desintoxicación de cualquier adicción. Incluso confiesa que en esos 30 días de abstinencia tuvo sus recaídas. Sin embargo, en la mirada que propone Oyuela en su libro, la carga de la culpa no está puesta necesariamente en la tecnología en tanto herramienta, sino en el tipo de comportamiento social que hombres y mujeres vienen arrastrando desde hace largo rato.

Para ello, echa mano a una reflexión del filósofo argentino Darío Sztajnszrajber, en la que éste se muestra reacio a estigmatizar todo aquello que se presente como “lo nuevo”. Para Sztajnszrajber, culpar a las novedades tecnológicas de la falta de valores y del vaciamiento de sentido supone una actitud marcadamente conservadora.

Sobre el uso de las nuevas tecnologías y como éstas terminan por alimentar el fenómeno de la saturación informativa, vale recuperar el testimonio del periodista colombiano Javier Darío Restrepo. Fallecido en el 2019, poco antes de la irrupción del Coronavirus, Restrepo advertía que “uno de los efectos de la torpe utilización de las nuevas tecnologías, es la difusión de una caudalosa información que excede las posibilidades de consumo de las audiencias. A la cantidad excesiva se agrega, como efecto, la incapacidad para distinguir entre lo importante y lo accesorio. De ahí resulta, que el exceso de información contribuye a la desinformación y a la consiguiente posibilidad de manipulación de la sociedad. Políticos, gobernantes, publicistas, comerciantes y empresarios se valen de esa circunstancia para imponer sus intereses”.

Otra mirada no muy optimista acerca del manejo de la información es la que sostiene René Hernández, al afirmar que no está exenta de tergiversación la cual “obedece a distintos posicionamientos políticos, que encontraron en la pandemia el medio propicio para generar críticas fundamentadas, o sin fundamento, hacia diversos personajes de la política nacional; este efecto fue visible no sólo en México sino en muchos países del mundo”.

La evidencia está a la vista: el nivel de conectividad, esto es la cantidad de horas por día que cada persona pasa delante de pantallas de teléfonos, tabletas, computadoras o televisores, ha crecido de forma evidente.

Carlos Andrés Monroy nos da su opinión respecto al empleo compulsivo de las nuevas tecnologías y el hábito adictivo que en muchas ocasiones generan: “Es una adicción que no solamente modifica conductas individuales sino también relaciones personales, hábitos de consumo, creación de estereotipos, nuevos círculos sociales, maneras de comprar, de vender, de vernos a nosotros mismos, de confrontar miedos e incluso de librar batallas como, por ejemplo, los juegos a distancia. No sé si esto es el *nuevo opio*, pero en las redes encontramos lo mejor y lo peor de la sociedad”, analiza.

¿Cómo sería la vida diaria sin la presencia avasallante de las redes sociales? A Monroy Juárez esta hipótesis no le resulta ajena ya que, con 50 años, ha vivido gran parte de su existencia sin redes sociales: “Puedo imaginármelo y el mundo me parece igual de maravilloso. En definitiva, el atardecer no deja de aparecer cada otoño en la ventana de mi casa, la diferencia es que ahora puedo postearlo y antes no”, sostiene.

De igual manera, la periodista independiente Rocío Esquivel López ensaya una respuesta a este interrogante: “Es una pregunta interesante, pues se trata de una cuestión generacional. Por ejemplo, yo aprendí y ejercí el periodismo sin *Internet* y redes sociales, sin teléfonos celulares”, indica.

Pero qué hay de los más jóvenes, aquellos que nacieron con *Facebook*, *Twitter* o *Instagram* ya inventados. ¿Realmente podrían vivir sin redes sociales? Esquivel López no tiene la más mínima duda al momento de dar su respuesta: “A las nuevas generaciones se les caería el mundo encima y entrarían en crisis porque no sabrían cómo enfrentar muchas cosas de su vida sin estas herramientas. Voy a poner un ejemplo quizás algo burdo: antes una tenía un novio y esperaba su llamada, y en esa espera una podía ponerse

algo nerviosa, pero no por eso entraba en pánico ni era afectada por una crisis emocional. Así era la vida. Hoy en cambio, los jóvenes están pegados al celular enviando cientos de mensajes a sus novios, y si no obtienen respuesta inmediatamente entran en pánico”.

Los riesgos de quedar rehenes de los medios y las redes sociales

La saturación informativa puede venir acompañada con una carga nada desdeñable de efectos colaterales. Los especialistas advierten que el consumo excesivo de noticias suele provocar fatiga mental y sensación de agobio e incluso, puede llegar a generar alteraciones en la salud física y psíquica de las personas, manifestándose en cuadros de ansiedad, estrés y depresión, entre otras posibles patologías. De hecho, durante la pandemia uno de los efectos más extendidos, especialmente en los periodos de cuarentena más estrictos, ha sido el denominado trastorno del sueño.

De acuerdo con un informe elaborado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y publicado en la revista Lancet, en Estados Unidos durante el 2020 la tasa de ansiedad llegó al 37 por ciento, cuando el año anterior había sido del 8.1 por ciento. A su vez, también creció de modo significativo el índice de personas con síntomas de depresión, llegando al 30 por ciento en comparación al 6.5 por ciento registrado en el 2019.

Asimismo, en México el 28 por ciento de las personas consultadas evidenció haber tenido síntomas de estrés postraumático clínicamente significativo, en tanto que en Perú los casos de depresión se quintuplicaron. Los datos registrados en otros países son más o menos parecidos y todos coinciden en el diagnóstico general: el *Coronavirus* supuso un verdadero gancho al hígado en materia de salud física y mental.

“Lo que uno debe cuestionar es cómo nuestros hábitos *on line* están impactando en nuestras vidas diarias, y a partir de ello imponernos rutinas saludables, es decir, que si uno quiere buscar información lo haga solamente una o dos veces por día y en horarios específicos”, recomienda Ignacio Puebla, psicólogo chileno, en charla con el periódico La Tercera. Mientras que, para Carlos Olvera Barajas, editor digital en la revista Proceso, se resume en algo un poco más sencillo: “la medida que adopté fue respetar mis horarios de descanso para no leer sobre *Coronavirus*”, dijo.

Si se pusiera la lupa en el tipo de noticias que ha predominado en estos dos años de pandemia, el resultado sería casi indiscutible: las noticias negativas han prevalecido sobre las positivas. Resulta algo lógico después de todo en un contexto de pandemia, con buena parte de la población expuesta a los contagios, la enfermedad y la muerte. “Es difícil que exista información positiva cuando hay una crisis internacional en materia de salud. Tal vez los medios pudieron haber equilibrado las coberturas, para dar cabida a noticias donde se reflejara la solidaridad de la población y los emprendimientos que comenzaron a surgir como alternativa a la problemática de la pandemia”, afirma Daniela Vega Plascencia.

Para Juan Rivas fue distinto. Asegura no haberse sentido saturado de información, ya que una de sus labores como reportero es estar al tanto del acontecer diario; sin embargo, su percepción fue distinta al ver a otras personas. “En lo personal yo nunca sentí ese agobio, lo llegué a percibir en gente cercana a mí, observaba que evitaban las noticias y simplemente con que tomaran los cuidados personales para no contagiarse estaban más tranquilos, solamente estaban a la expectativa de noticias de interés más general, como las vacunas”, recuerda.

A dos años de declarada la pandemia, y todavía con riesgos de rebrotes como consecuencia de la aparición de nuevas variantes, tal como sucedió con *Ómicron*, los daños colaterales provocados por el *Coronavirus* empiezan a ser cada vez más visibles. Psicólogos, sociólogos y otros

profesionales de diferentes ramas del saber, coinciden en que quedarán secuelas y cicatrices que no resultarán tan sencillas de dejar atrás.

MANUAL DE USO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

En muchos países, apenas iniciada la pandemia, los gobiernos y los entes oficiales encargados de comunicar las diferentes medidas sanitarias, se encontraron con un dilema fundamental: cómo comunicar de modo claro y efectivo respecto a un tema tan sensible como el *Coronavirus* en el que se jugaba, ni más ni menos, la salud de las personas.

Se sabe que la comunicación en tiempos de crisis adquiere una importancia vital. En situaciones extremas, se impone la necesidad ineludible de contar con una estrategia comunicacional que funcione con *la precisión de un reloj suizo*. Esto en los papeles. ¿Pero qué sucede en la práctica? Las preguntas, entonces, se imponen: ¿Durante la pandemia del *Coronavirus* hubo una estrategia comunicacional efectiva? ¿Los gobiernos dieron la talla al momento de comunicar? Difícil ensayar una respuesta conclusiva, ya sea positiva o negativa.

Casi veinte años atrás, la OMS diseñó una suerte de *manual de uso* al momento de informar sobre un evento tan sensible como una pandemia global. Aquel documento fue elaborado y dado a conocer en el marco del “Sixth Futures Forum on Crisis Communication” llevado a cabo en el 2004. Hoy, con buena parte de la pandemia de Coronavirus ya amortizada, vale repasar los puntos principales que se incluyeron en ese entonces:

- Apostar por la claridad conceptual al momento de comunicar.
- Privilegiar la sencillez y el lenguaje claro y entendible. Bajar al llano los conceptos técnicos.
- Evitar el secretismo y los mensajes potencialmente ambiguos o contradictorios.

- No generar falsas expectativas ni tampoco contribuir con diagnósticos exagerados.
- Identificar y diferenciar de manera clara aquellas materias sobre las cuales se tienen certezas científicas y aquellas otras que todavía requieren de mayor tiempo de investigación.
- Mostrar empatía y comprensión con aquellos que son los destinatarios de la información.
- Apoyarse en cifras que permitan clarificar en lugar de aportar mayor confusión.
- Evitar el atosigamiento de datos e informaciones. Dar a conocer lo que realmente resulta relevante.
- Fundamentar y explicar de manera detallada las diferentes medidas que se van adoptando.
- Estar atentos y ser proactivos para desmontar la producción y circulación de noticias falsas, especialmente aquellas que puedan suponer un grave perjuicio para la salud de la gente.

Asimismo, allá por el 2011 la Comisión Europea había dado a conocer un trabajo elaborado por diferentes expertos, en el que se analizaba el tratamiento que los gobiernos dieron en su momento a la crisis del virus *H1N1*, más conocido como Gripe A.

El documento llevaba como título “Hacia una sociedad más resistente a la pandemia” y entre las conclusiones se destacaba una en particular: en aquel entonces y en tono crítico, los expertos reprochaban que el tema hubiera sido abordado desde una óptica puramente sanitaria, y no hubiera sido complementado con un aporte más concreto de las llamadas ciencias sociales.

Ya en el marco de esta última pandemia, la OPS dio a conocer un documento en el que se proponían algunas recomendaciones dirigidas de

modo directo a los consumidores de noticias, con el objetivo de luchar contra la *infodemia*. Allí se remarcaban los siguientes puntos:

- Confíe en la OMS.
- Reconozca los datos científicos.
- Evite las noticias falsas.
- Participe de forma responsable en las conversaciones sociales.
- Determine si la información realmente tiene sentido, aun cuando provenga de una fuente segura y haya sido compartida anteriormente.
- Notifique los rumores perjudiciales.
- Proteja la privacidad.
- Si no puede confirmar la fuente de la información, su utilidad o si ha sido compartida antes... es mejor que no la comparta.
- Intercambie información de forma responsable.
- Corrobore la fuente, en particular en los hilos de WhatsApp.

En el mismo documento, la OPS analizaba las posibles razones por las que la *infodemia* puede tornarse un problema serio en el marco de una pandemia: “Dificulta que las personas, los encargados de tomar las decisiones y el personal de salud encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. Además, las personas pueden sufrir ansiedad, depresión, agobio, agotamiento emocional y sentirse incapaces de satisfacer necesidades importantes”, se reseñaba.

La mera acumulación puede terminar siendo contraproducente. En un artículo publicado en el diario Reforma en pleno pico pandémico, Carlos Bravo Regidor, profesor del Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE) y ensayista político, se planteaba una serie de interrogantes respecto a la eficacia a la hora de comunicar: “¿Quién comunica mejor? ¿Una persona que habla menos de cinco minutos, dos o tres veces a la semana, y que diseña con cuidado sus mensajes? ¿O varias personas que hablan más de

una hora, todos los días, e improvisan sus mensajes? (...) Dar demasiada información también puede ser una forma, involuntaria o deliberada, de desinformar. Por eso en la comunicación, lo mismo que en la arquitectura y otras disciplinas, hay una fórmula que expresa con elocuente sencillez la crucial relación que a veces existe entre la economía y la eficacia: menos es más”, sostenía.

Sin embargo, para Arturo Cerda Díaz, periodista y reportero en El Financiero, es rescatable la labor realizada por los medios durante la etapa más dura del Coronavirus: “En general cumplieron con su rol social para mantener informada a la ciudadanía. De pronto pudo parecer que el tema saturaba los espacios informativos, pero me atrevo a decir que era inevitable ante una circunstancia que afectó de una forma u otra a todos los habitantes del mundo”, evalúa.

Para los medios en general, la pandemia supuso un desafío nada sencillo: cómo generar conciencia respecto a un tema como el de la salud pública sin caer, al mismo tiempo, en exageraciones o alarmismos. Cerda Díaz da su punto de vista sobre esta cuestión en particular: “Hasta donde yo pude percibir hubo un manejo ético de la información que intrínsecamente llevaba una carga muy fuerte para impactar a la sociedad. El fenómeno que enfrentamos de un virus presente al mismo tiempo en todo el mundo no fue algo menor”, sostiene.

En este contexto las estrategias de comunicación elegidas por los gobiernos para difundir las medidas de prevención y lucha contra el *Coronavirus* también resultaron heterogéneas y cambiantes. Para José Antonio Castañeda González, Gerente de Adquisición y Programación de Networks en América Móvil, en el caso de México “la estrategia del gobierno siempre fue decir que no pasaba nada y que el virus no era peligroso, que lo tenían todo bajo control cuando en realidad todo estaba fuera de control”.

FLUJO Y REFLUJO DE INFORMACIÓN. LA SOCIEDAD DEL AGOTAMIENTO

En un determinado momento y con la pandemia extendida en el tiempo, se produjo una reacción relativamente previsible: buena parte de la voracidad por la noticia terminó por mutar en hartazgo y desinterés. “Comienza a detectarse una cierta saturación en el consumo de información, lo que se traduce en un mayor crecimiento de los contenidos de entretenimiento”, se indicaba en un informe elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid.

Este efecto de desenchufe o desconexión no es en definitiva otra cosa que el reverso o el lado B del fenómeno de la sobreinformación. Ya a mediados del 2020, El Economista advertía que “la fatiga informativa por el *Coronavirus* reduce las audiencias de noticias”. Por ese entonces los noticieros parecen ser reemplazados por las plataformas de contenidos como series y películas. Tanto que el número de nuevos suscriptores de Netflix alcanzó niveles récord.

El balance del 2020 para esta plataforma digital resultó positivo por donde se mire. De acuerdo con los datos dados a conocer por la propia empresa, Netflix cerró ese año con una ganancia de 2.761 millones de dólares, lo que supone un incremento del 47.9 por ciento en comparación al 2019. También creció el número de suscriptores llegando a los 36.5 millones.

El *Coronavirus* puso a millones de personas cara a cara con un dilema existencial que puede parecer vano, pero que no lo es en absoluto: la cuestión de cómo gestionar el tiempo libre y más si ese tiempo sobra en grandes cantidades. No resulta extraño entonces, que el consumo de entretenimiento se haya transformado en una constante en la vida diaria de los hogares, especialmente durante la etapa más restrictiva de la pandemia.

En más de una ocasión, la propia dinámica del *Coronavirus* planteó a los medios un dilema concreto e incómodo al mismo tiempo: el de tener que decir aquello que la gente por puro cansancio y hartazgo ya no tenía

demasiadas ganas de escuchar. Este dilema se tornó muy evidente en el momento de la aparición fulgurante de la variante *Ómicron*, lo que trajo aparejado la explosión en los índices de contagio.

Es que hasta poco antes de la irrupción de esta nueva variante, la percepción en buena parte de la sociedad era que la pandemia ya había pasado, y por lo tanto ya era cosa del recuerdo. Pero con el disparo de los contagios, en muchas partes del mundo retornaron los viejos fantasmas de las restricciones, y entonces aquella sensación de alivio que se había instalado antes de *Ómicron* terminó mutando en desazón en muchos y en negación en otros. Se instaló en la sociedad, y en la agenda de los medios de comunicación, una suerte de *Déjà vu* maldito y envenenado. Una película que todos ya habían visto y rápido querían olvidar.

Allá por los años noventa del siglo pasado, comenzó a tomar fuerza el denominado Síndrome de Fatiga Informativa, una noción instaurada por David Lewis, un afamado psicólogo británico. También conocido como *tecnoestrés*, este síndrome se alimenta de conductas relacionadas con la hiperconectividad y la adicción tecnológica, además de la intoxicación informativa.

Según diferentes mediciones, se estima que en apenas un minuto se postean casi 700 mil historias en Instagram, se suben a la plataforma de YouTube 500 horas de videos y son enviados unos 200 millones de mails. Ante tamaña oferta de estímulos no resulta sorprendente que se produzcan efectos de saturación.

Para algunos intelectuales, tal el caso del filósofo surcoreano Byung-Chul Han, la sobrecarga de información, que en la actualidad puede percibirse en *Internet* y las redes sociales (además de los medios tradicionales), genera un efecto marcadamente nocivo en las relaciones entre las personas. Lo que está instalado, según la mirada de Han, es una suerte de enjambre digital compuesto por “individuos aislados” incapaces de articular “un proyecto político común”, y todos sumidos en un contexto donde lo que prevalece es “el ruido sin sentido”. El resultado de todo esto es la

emergencia de “la sociedad del cansancio”, de acuerdo con la definición propuesta por el propio Han.

Cambio copernicano

Aun con matices, la mayoría de los analistas coincide en que, a partir de la explosión de las nuevas tecnologías, el mapa de los medios ha cambiado de modo radical. Tanto que, en rigor con la aparición de las redes sociales, la producción informativa circula hoy en un espacio absolutamente atomizado. Es así que, en el infinito universo de la red se pueden encontrar noticias elaboradas por periodistas profesionales y, al mismo tiempo, otras tantas creadas y puestas a circular por simples usuarios de las redes sociales. Este fenómeno es identificado por los analistas bajo la figura de “periodismo ciudadano”. Ignacio Ramonet, periodista español, lo grafica con la siguiente definición: “Hoy todos somos medios de comunicación”.

Otro español, Juan Carlos Monedero, profesor de Ciencias Políticas en la Universidad Complutense de Madrid, caracteriza la sobrecarga informativa bajo la idea de “promiscuidad mediática”, al tiempo que advierte que “más información no necesariamente equivale a más conocimiento”.

Esto ya valía para los tiempos de la “vieja normalidad”, y ahora también para “la nueva”. Sea como sea, las fuentes productoras de noticias no paran de multiplicarse y es en medio de esta abundancia informativa que acecha amenazante otro virus: el de las *fake news*.

TERCERA PARTE

LA OTRA PANDEMIA: EL VIRUS DE LO FAKE

“Podrás engañar a todos durante algún tiempo; podrás engañar a alguien siempre; pero no podrás engañar siempre a todos.”

Abraham Lincoln

Figura 3.

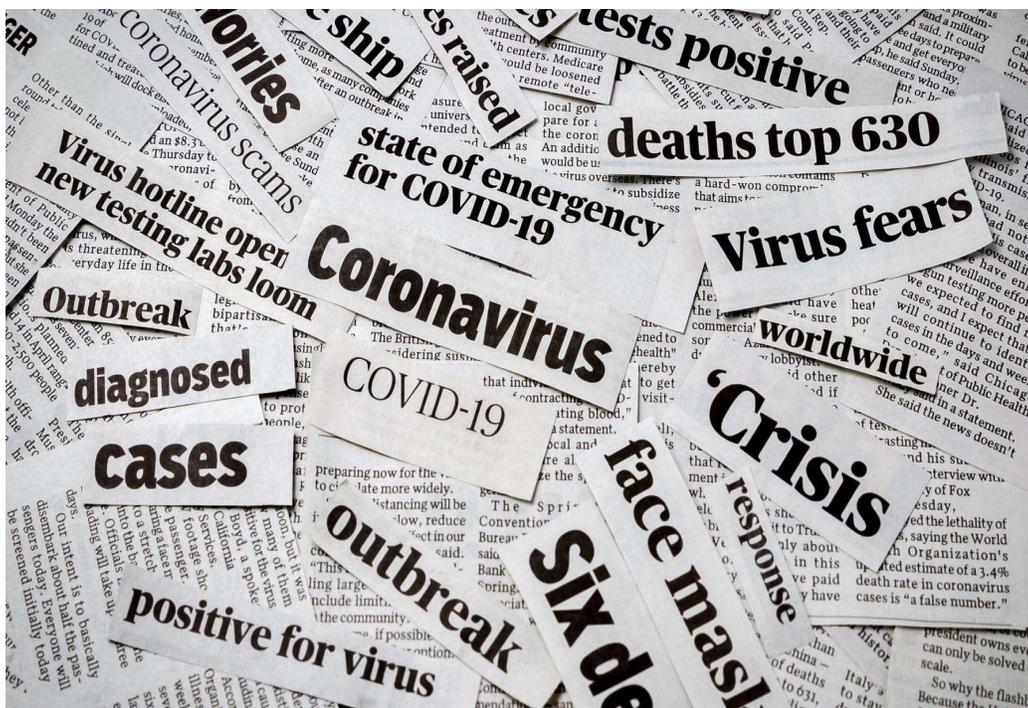


Imagen “Fake news about COVID-19 is spreading faster than virus”.

Recuperado de la página del Centro Wexner de la Universidad de Ohio en abril 2020 de <https://wexnermedical.osu.edu/blog/fake-news-about-covid-19>

CUANDO LA MENTIRA ES LA VERDAD

El virus de la *Covid-19* no tiene patente de exclusividad. Hay otro virus que anda dando vueltas y que también causa sus estragos: el virus de las *fake news*. El fenómeno se ha hecho todavía más visible en estos tiempos de pandemia. Desde la irrupción del *Coronavirus* hasta estos días, las fábricas de noticias falsas no han dado tregua.

El editor de Proceso, Carlos Olvera Barajas, recuerda que en los últimos años ha habido un *boom* de medios digitales en su mayoría, cuyos filtros para verificar y corroborar información no tienen el mínimo de rigor y, por lo tanto, la información que presentan no resulta confiable. “Hubo un desborde de información en torno a la *Covid-19*, algunas veces, incluso, sin fuentes de por medio o estudios científicos mal interpretados o mal intencionados por periodistas”, asegura.

En el debate que los medios y el periodismo necesariamente deben darse, hay algunas interrogantes que todavía no han agotado sus posibles respuestas: ¿qué herramientas y mecanismos pueden y deben articularse para desmontar un fenómeno que viene evidenciando un crecimiento tan exponencial como perturbador?, ¿qué rol deberían jugar los medios tradicionales de comunicación, en función de garantizar unos estándares determinados de calidad al momento de publicar una noticia?, ¿cómo armonizar la irrupción continua de las nuevas tecnologías con las buenas prácticas periodísticas?, ¿qué tipo de control efectivo se puede articular en las redes sociales sin que esto suponga un atropello al derecho que prescribe la libertad de expresión?, ¿con qué tipo de resortes legales, ya en el plano de lo meramente jurídico, se pueden contar con el objetivo de neutralizar la proliferación sistémica de noticias falsas? Son interrogantes que no pueden obviarse y que demandan de una profunda discusión.

Reportera y encargada de monitoreo de redes sociales, radio y televisión en el área de Coordinación de Imagen Institucional del Instituto

Politécnico Nacional (IPN), Martha Cecilia Moreno Díaz traza una clara línea divisoria entre los medios tradicionales de comunicación y las redes sociales a la hora de ejercer la tarea periodística. De acuerdo a su mirada, los medios tradicionales todavía “cumplen con ciertos parámetros de calidad, debido a que no pueden andar publicando información falsa así como así. Estos medios deben tener el soporte de datos verídicos e incluso científicos, respaldados por un especialista en el tema o por las autoridades competentes”.

La propagación de noticias falsas no es patrimonio exclusivo de estos tiempos de pandemia. Se trata, en rigor, de una problemática que en los últimos años ha adquirido una relevancia cada vez mayor. Sin embargo, resulta evidente que, en un contexto de vulnerabilidad creciente, las denominadas *fake news* encuentran tierra propicia para multiplicarse de manera meteórica. La mayoría de ellas son producidas y diseminadas en el espacio babélico que propone *Internet*. De hecho, el ciberespacio se ha transformado en su templo favorito.

Sobre este tema, Olvera Barajas pone especial énfasis en dos cuestiones que muchas veces suelen ir de la mano: La tendencia de los medios a replicar contenidos virales, por un lado, y el poco cuidado que en ocasiones los propios medios evidencian al momento de verificar o comprobar una información. “Para el periodismo de hoy lo viral es oro molido porque es sinónimo de tráfico, algo que a su vez representa ingresos. Entonces, los contenidos viralizados son sumamente retomados por los medios, pero es justamente ahí donde se debe tener mayor cuidado respecto a la procedencia de este tipo de información, ya que muchas veces no se conoce o proviene de un país lejano. Hoy es común ver notas de China, Indonesia, África, sólo porque son virales, y eso supone un enorme riesgo que se toma en los medios”, remarca el editor de Proceso.

Así las cosas, la innovación tecnológica aplicada al uso de las redes sociales parece tener su doble cara: su lado *Dr. Jekyll* y su opuesto *Mr. Hyde*. Vale como ejemplo el tema del *Coronavirus*. Por un lado, las redes han sido

una herramienta invaluable al momento de difundir medidas efectivas para minimizar los riesgos de la pandemia, pero al mismo tiempo, esas mismas redes han sido usadas también como herramientas de propagación de noticias falsas o engañosas. Esta ambivalencia es uno de los sellos distintivos de lo que Ulrich Beck denomina “la sociedad del riesgo”.

Con respecto a este *yin y yang* informativo, Hernández López considera que la mejor parte de las redes sociales y el *Coronavirus* fue la posibilidad de mantenerse cercanos como sociedad y poder continuar con muchas actividades esenciales en la vida diaria gracias a la tecnología, sin embargo, “lo peor fue la generación indiscriminada de datos que muchas veces no contribuyeron a dar claridad a los acontecimientos que estábamos enfrentando”, afirma.

Depende la mirada, los medios de comunicación masiva y las redes sociales pueden ser parte del problema y también, si se quiere, parte de la solución. Así lo interpreta Carles Pont-Sorribes, profesor e investigador en el departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona (UPF), en un trabajo titulado “Infodemia, el virus mediado”, texto que a su vez forma parte del libro “Comunicación política en tiempos de *Coronavirus*”.

Allí recuerda que “la inventiva y las teorías de la conspiración han llegado a crear contenidos en los que se señala que existen remedios naturales para curar el virus o, por ejemplo, que la *Covid-19* es un invento del *Estado Profundo* para controlar el crecimiento de la población. Estas informaciones han dado la vuelta al mundo en cuestión de segundos, pero muchas veces también han sido desmentidas con gran rapidez gracias a los medios de comunicación o a las plataformas sociales.”

Apenas decretada la pandemia por la OMS, la proliferación de noticias falsas creció de modo evidente. Según un estudio llevado a cabo por el *Institute Reuters*, en los tres primeros meses del 2020 las *fake news* en idioma inglés crecieron un 900 por ciento. El temor a la desinformación fue al alza,

especialmente entre los consultados en África (74 por ciento) y América Latina (65 por ciento).

De acuerdo con datos provistos por el Sistema Público de Radiodifusión (SPR), entre marzo y julio del 2020 se detectaron en México unas 1294 noticias falsas circulando a través de diferentes medios y plataformas. Por otra parte, un estudio realizado por la UNAM se encargó de tomar el pulso a la percepción de los usuarios de plataformas digitales con relación a las *fake news*. El resultado es contundente: la inmensa mayoría revela haberse topado en las primeras semanas de pandemia con alguna noticia falsa: *Instagram* encabeza el listado con el 91 por ciento, seguido por *WhatsApp* con 90, *Twitter* con 89 por ciento, *Facebook* con 88 y *YouTube* con el 83 por ciento.

La premura por encontrar una salida a la pandemia terminó por alimentar e impulsar la denominada “carrera por las vacunas”. Y ese proceso tampoco estuvo exento ni resultó inmune al virus de las *fake news*. La propagación de noticias falsas sobre este tema en particular resultó casi una constante. Los blancos predilectos de los ataques se centraron en dos factores extremadamente sensibles, cuando se trata de un asunto de salud pública: la seguridad de las vacunas, por un lado, y su eficacia, por el otro.

Un rastreo por las redes sociales permite toparse con posturas y planteos de los más diversos. Uno de los más recurrentes es aquel que denuncia que las vacunas alteran el ADN humano. Sin embargo, en todo este tiempo no hubo entidad científica ni organización académica reconocida a nivel global, que hayan rubricado o avalado tal planteamiento.

Se sabe que muchas veces en una crisis de salud pública, *la percepción del riesgo* suele tener mayor relevancia que el *riesgo* en sí mismo. En la primera de las nociones, la de la *percepción*, lo subjetivo adquiere una gravitación manifiesta, en tanto que, en la segunda, la del *riesgo puro y duro*, es lo objetivo lo que prima. En este tipo de situaciones el dilema para los

científicos y las autoridades sanitarias, y por extensión para los medios de información, es trabajar comunicacionalmente con un tipo de riesgo cambiante e inestable.

La experiencia de la *Covid-19* ha enseñado que, en coyunturas tan extraordinarias como ésta, rara vez se logra pisar sobre seguro. Se ha dicho antes y vale insistir una vez más: con el *Coronavirus* las sentencias definitivas suelen desvanecerse en el aire. Si hay algo que ha marcado el pulso de estos casi tres años de pandemia, con sus incontables marchas y contramarchas, ha sido la sensación constante de inestabilidad e incertidumbre.

Y en un contexto tan volátil como delicado, las posibilidades de colar noticias falsas por verdaderas resultan, por tanto, notoriamente mayores. Ya lo dice el dicho: “A río revuelto ganancia de pescadores”.

Pero si de *Coronavirus* y noticias falsas se trata, la cantidad y la variedad es lo que prima. Las hay de todos los gustos y colores. No hay que escarbar demasiado para encontrarse con la postulación de diferentes *fake news* y teorías conspirativas relacionadas con el tema *Covid*. Vale la pena mirar atrás, y plantear una lista de aquellas que mayor circulación y difusión tuvieron a través de las redes sociales y también, incluso, en muchos medios de comunicación masiva:

- El virus circula a través de las redes de 5G.
- Bill Gates promueve el desarrollo de vacunas con el objetivo de implantar microchips en las personas y así facilitar su rastreo y control.
- El virus fue creado de modo intencional como arma biológica.
- La *Covid-19* es un virus ideado en los Estados Unidos e importado de manera deliberada a China.
- El virus es un invento preparado por los poderes centrales para establecer un régimen de control social a escala global.

- El *Coronavirus* fue promovido adrede por las grandes farmacéuticas mundiales para generar ganancias extraordinarias.
- Las cifras que dan cuenta del total de fallecidos a causa del *Coronavirus* están siendo exageradas por los gobiernos en su afán de coartar las libertades individuales.
- Los termómetros digitales matan neuronas y dañan la salud.

MIENTE, MIENTE QUE ALGO QUEDARÁ

Entrevistado por el portal digital BBC Mundo, Stephen Lewandoski, profesor de psicología cognitiva de la Universidad de Bristol, en Reino Unido, señala que “cualquier situación de miedo donde la gente siente que pierde el control de su vida hará que algunos se vuelvan susceptibles a las teorías conspirativas”. La falta de certezas, coinciden los expertos, alimenta la pulsión por este tipo de *planteamientos alternativos*. “Si no hay explicaciones, entonces mejor inventarlas”, pareciera ser la fórmula.

La eficacia de las noticias falsas se mide antes que nada en lo cuantitativo, en el alcance de irradiación que puedan conseguir y, de forma complementaria pero tan decisiva como lo anterior, en el entorpecimiento de su desmentida. Más allá de las aclaraciones y explicaciones que se puedan ensayar con el objeto de desmontar una noticia falsa, habrá inevitablemente un resto, un sedimento, que quedará asumiendo como verdadera la versión *fake*. Aquí queda como anillo al dedo la vieja y conocida frase atribuida al alemán Joseph Goebbels: “miente, miente que algo quedará, cuanto más grande sea una mentira más gente la creerá”.

Algo de esto pudo haber pasado, por ejemplo, con el asunto del dióxido de cloro que tanta polémica generó en plena pandemia. Durante semanas y semanas se repitió, como si se tratara de una *verdad revelada*, que el consumo de dióxido de cloro servía para prevenir la infección de *Coronavirus*.

Esto no solo era falso, sino que podía provocar serios riesgos en la salud de las personas.

A mediados del 2020 en Neuquén, una ciudad situada en la Patagonia argentina, un matrimonio decidió darle a su pequeño hijo de cinco años una dosis de dióxido de cloro. El niño lamentablemente terminó falleciendo unos días más tarde luego de ser hospitalizado.

No cabe duda de que, con la expansión de las nuevas tecnologías, las puertas de acceso a las noticias falsas se multiplicaron de forma notoria. Hoy, las posibilidades materiales de echar a correr una *fake new* están al alcance de la mano de cualquiera: la combinación de anonimato e identidades falsas promueven y alientan este tipo de prácticas. Por su propia dinámica de funcionamiento, *Internet* es un espacio de identidades difusas. Así las cosas, el concepto de *autoría* (entendido este término como *la autoridad del que habla, del que toma la palabra*) tiende a diluirse, pierde fuerza, se empequeñece.

Tal como lo marcan María Alonso y María José García Orta en el ensayo “Noticias falsas en *Internet*: difusión viral a través de las redes sociales”, *la velocidad y el anonimato* son dos factores decisivos en la manufactura de lo *fake*, A estos dos elementos característicos, las autoras le añaden *la amplitud espacial* que propone el *ciberespacio*, además de las dificultades que muy a menudo suelen percibirse en el proceso de desmentida de una noticia falsa.

Otra característica típica de las *fake news*, es que muchas veces vienen acompañadas por una gran cantidad de fuentes y datos que, al menos en apariencia, buscan dar la sensación de seriedad y veracidad. No solamente en su contenido sino también en su forma, es decir, en su modo de presentación, este tipo de noticias apócrifas intentan asemejarse todo lo posible a las informaciones convencionales.

Ahora bien, ¿cómo escapar de las noticias falsas al momento de zambullirse en el océano infinito de *Internet*? El dilema se torna inevitable, más todavía cuando el tema de consulta e inquietud tiene que ver con cuestiones que involucran a la salud. Una clave simple, pero no siempre muy tenida en cuenta, es recurrir a páginas de organismos o entidades oficiales que tengan prestigio y reconocimiento público.

Olvera Barajas nos da un sencillo consejo antes de tomar una noticia por auténtica: “Lo que podría decidir la gente es consumir medios serios, con credibilidad e información valiosa, con datos que aporten, que expliquen, que sean útiles y de servicio. Y que también revelen y sean importantes”, asegura.

Un ejemplo de esto, en tiempos de pandemia y de informaciones sensibles, bien pudo haber sido el caso de la Universidad John Hopkins, cuyos informes estadísticos (especialmente los referidos a tasas de vacunación y cantidad de contagiados y fallecidos) se transformaron en fuente de consulta habitual para una gran cantidad de medios de comunicación en diferentes partes del mundo. En su página oficial, también se pueden encontrar infinidad de artículos y noticias referidas al desarrollo que tuvo el *Coronavirus* desde su aparición hasta la actualidad.

Otra posible recomendación, pero en este caso más referida a los periodistas, pasa por echar mano a los viejos manuales de estilo. Basta apenas un ejemplo, el del periódico español El País, en el que se anotan estos dos puntos básicos:

1) Los rumores no son noticia.

2) Los titulares de las informaciones han de responder fielmente al contenido de la noticia.

Una cuestión clave en la problemática de las *fake news*, tiene que ver con eso que los especialistas llaman *déficit de verificación*. Aquí el saco les queda de manera puntual a ambos: a los periodistas en particular y a los medios de comunicación en general. Todos, sin excepción, tienen una responsabilidad inevitable. Se sabe que el chequeo de la información aparece

en el ABC de la *praxis* periodística. Pero aun cuando esto se asume como una obviedad, resulta cada vez más habitual toparse en el menú informativo de los medios con noticias de dudosa veracidad.

De esta forma, un rumor que circula en las redes bien puede terminar en la primera plana de los periódicos, o en el resumen informativo de televisión transformado en noticia, sin que haya sido lo suficientemente contrastado.

Juan Rivas confiesa haber caído en una de estas trampas del *social network*, al compartir una información de la cuenta oficial del Diario Milenio, la nota era impactante ya que confirmaba la muerte del Papa Benedicto XVI en julio de 2022. “Yo le di *retweet* porque considero que Milenio es una fuente medianamente respetable y se equivocaron. Después vi que se equivocaron muchísimos...otros de plano decían no, Benedicto no está muerto, El Vaticano no ha dado un solo dato, entonces era más bien mi responsabilidad verificar ese *tweet* para realmente saber cómo se estaba manejando la información”.

Las causas de este fenómeno pueden ser variadas, aunque hay dos que se conectan una con la otra: la premura y el vértigo que en muchas ocasiones se impone en el oficio periodístico por un lado y, también, la precarización de las condiciones de trabajo que se registra en la mayoría de las empresas periodísticas por el otro. Ambas cosas no contribuyen en modo alguno a la hora de aplicar un cortafuego lo suficientemente efectivo y contundente, al fenómeno expansivo de lo *fake*.

“Lo que los medios deberían hacer para combatir las noticias falsas es volver a tener periodistas experimentados en sus redacciones”, sostiene Francisco Muciño. Según su diagnóstico una forma de neutralizar el avance de las *fake news* es dotando a las audiencias “de una mayor educación para que sepan qué están consumiendo”.

Sea como sea, los especialistas en la materia coinciden en que los medios de comunicación tradicionales no pueden ni deben tirar la pelota

afuera. “El ejercicio del chequeo de la información debe ser norma sagrada en los manuales de las buenas prácticas periodísticas”, sostienen.

Durante la pandemia, la polémica de lo falso tuvo un capítulo aparte con el caso de Joe Rogan, un popular animador norteamericano que desde el 2009 está al frente de “The Joe Rogan Experience”, un programa que se emite por *Spotify* bajo el formato de *Podcast* y que cuenta con más de 11 millones de oyentes. Su fama se mide en ingresos por millones de dólares, contantes y sonantes. La mayoría de sus seguidores son jóvenes que lo escuchan como si “estuvieran en misa”. Rogan tiene entre manos un poder que muchos políticos envidiarían. *The New York Times* le ha dedicado más de una nota.

El programa de Rogan estuvo en más de una ocasión en la cumbre. En una de sus ediciones, el animador llegó a asegurar que “los jóvenes que tuvieran buena salud no necesitaban de las vacunas contra la Covid-19”. El diagnóstico de Rogan enseguida levantó polvareda y le llovieron críticas por todos lados, tanto que tuvo que salir a pedir disculpas por lo dicho.

Otro momento de polémica se produjo con motivo de la entrevista que el propio Rogan le realizó al doctor Robert Malone, médico dedicado al tratamiento de enfermedades infecciosas, conocido en los Estados Unidos por su postura contraria a las vacunas.

En sus redes sociales, Malone había postulado en varias ocasiones y de modo enfático que las vacunas no servían para prevenir los cuadros graves de Covid-19. Una vez desatada la polémica por los mensajes lanzados desde el programa de Rogan, el CEO de *Spotify*, Daniel Ek, tuvo que salir en público en aquel entonces y admitir que “la compañía debe hacer más para dar a los usuarios equilibrio y acceso a la información ampliamente aceptada de las comunidades médicas y científicas que nos guían en estos tiempos sin precedentes”.

El término *fake news* fue declarado en el 2017 como palabra del año por el Diccionario Oxford. La elección, en rigor, no tuvo nada de casual. Un año antes, los británicos habían decidido votar a favor del Brexit (acrónimo que supone la unión de las palabras *Britain* y *exit*) para salir de la Unión Europea, y buena parte de aquella campaña se había basado en el empleo de noticias falsas. Justamente en ese 2016 la palabra elegida por el mismo Diccionario Oxford había sido *posverdad*.

De alguna manera un término y otro parecen ser causa y consecuencia. O, dicho de otro modo: se puede decir que la noción de *posverdad* tiende a favorecer la proliferación del fenómeno de las noticias falsas, toda vez que para la *lógica fake* la verdad ya no resultaría necesaria, ni tampoco relevante o pertinente. Se puede prescindir de ella tranquilamente. En su reemplazo lo que aparece, entonces, son las llamadas “verdades alternativas”.

¿Qué es lo que dice el Diccionario Oxford sobre este concepto tan discutido y polémico de la *posverdad*? La define como “lo relativo a aquellas circunstancias en que se apela a las emociones y a las creencias personales, lo que resulta más influyente para la opinión pública que los hechos objetivos”.

Vale detenerse un instante en esta definición. Hay dos cuestiones que aparecen separadas una de la otra: por un lado, la emoción y por el otro los hechos objetivos. En la lógica propuesta por la *posverdad* ambas cosas pueden caminar en direcciones opuestas, sin que esto suponga un mayor problema. Los hechos en sí mismos dejan de tener peso y lo que vale, en cambio, es la percepción que cada uno tenga sobre una determinada cosa. Si todo puede ser verdad, por consiguiente, todo puede ser mentira. Se puede decir “negro y blanco” y lo mismo puede valer para unos y otros, según la ocasión.

Bajo los postulados de la *posverdad*, la gente deja de creer en los hechos y, por contrapartida, se aferra a la creencia de sus emociones. Dicho de otro modo: la verdad termina resultando tan maleable como la plastilina.

Ya desde mediados de la década pasada, los efectos incontrolados de las redes sociales referidas al tema *fake news* comenzaron a resultar cada vez más frecuentes. Esto ocurre en todos los ámbitos, pero es en la política, especialmente durante las campañas electorales, cuando se torna todavía más evidente.

El empleo de noticias falsas para descalificar a los rivales políticos de turno se ha transformado en una práctica casi sistémica. Allá por el 2017, y con motivo de la victoria de Donald Trump sobre Hillary Clinton en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos, la revista Time publicaba en su portada el título “¿Ha muerto la verdad?”

Justamente, con las noticias falsas la *noción de verdad* es abolida y en su lugar lo que se propone es un cierto *efecto de verdad*, una apariencia de autenticidad que no hace otra cosa que disimular la falacia de lo que se dice o postula. El enmascaramiento, es decir, el proceso por el cual se presenta algo falso por verdadero, puede ser según los casos más o menos sofisticado. En determinadas ocasiones, ni tan siquiera parece necesario que se tenga que echar mano al más mínimo procedimiento de disimulo.

Esto suele suceder especialmente cuando esa información falseada, tiene como destinatario a un público particular que comulga con determinadas ideas y convicciones. Por lo tanto, eso que se presenta como noticia, sin importar si su naturaleza es real o falsa, tiene como objetivo primordial casi único, ratificar y reforzar algo que ya existía de antemano. Se trata del concepto de “sesgo de confirmación” pero ahora instrumentalizado (o contaminado, si se quiere) por las *fake news*.

Los rostros ocultos que las noticias falsas pueden tener son de diversa índole: una cuestión ideológica, comercial o política. “Si es en una campaña electoral, evidentemente el interés es golpear al contrincante, si es un tema

de ideología religiosa será tratar de ganar más adeptos... cada marca o empresa tiene sus propios intereses y muchas veces juegan sucio”, afirma Juan Rivas.

Resulta un hecho incontrastable que las noticias falsas suelen ser muy eficaces en determinados círculos cerrados. Pero, ¿cómo trabajan esos espacios en particular? Pablo Haya, integrante del Instituto de Ingeniería del Conocimiento en la Universidad Autónoma de Madrid, da una pista sobre la cuestión: “Tendemos a filtrar la información que nos llega quedándonos con aquella que refuerza nuestras creencias previas, y descartamos aquella que nos desafía. Y, por otro lado, tendemos a buscar argumentos y conclusiones que concuerdan con nuestras creencias, en vez de buscar argumentos que las contradigan. Esto se denomina razonamiento motivado”, indica.

Lo que se genera entonces, es una suerte de efecto burbuja que trabaja sobre una certeza ya moldeada, y que tiene por objetivo ratificar lo que ya creemos. Así las cosas, los medios de comunicación se transforman en una suerte de capillas que dirigen sus mensajes a *sus* fieles: televidentes, escuchas y lectores cautivos. Se trata de un tipo de público que se siente fervorosamente identificado con las ideas y las opiniones que se emiten desde un determinado medio y, por lo tanto, lo siguen a rajatabla. El caso de la cadena televisiva Fox en los Estados Unidos es, quizás, uno de los ejemplos más paradigmáticos.

De esta forma, el consumo de noticias termina semejándose a una suerte de *club cerrado* con un horizonte más bien limitado. Los lectores suelen construir en *Internet* circuitos de lectura y visualizaciones más o menos rutinarios. Es así como los motores de búsqueda siguen la huella de esas consultas y visitas, y las ponen en relación con otros espacios y sitios similares. Entonces la repetición se vuelve hábito y norma. Y lo que al final de cuentas sucede, es que cada uno termina escuchando el eco de su propia voz.

Para René Hernández López, los motores de búsqueda son muy importantes ya que su configuración está orientada a la distribución y uso de información, aunque no siempre de buena calidad, pero que atraiga a los *cibernautas*. Por su parte, Juan Rivas, sostiene que el algoritmo es la manera en que los usuarios ven *Internet*, “es lo que nos va apareciendo en cuanto a publicidad, en cuanto a los consumos que tenemos... puede uno estar viendo todos los días la misma información y se necesita ser consciente de eso”, asegura.

Las personas tienden a seleccionar la información de acuerdo con sus propias expectativas. Es lo que Fabiana Zollo, docente e investigadora académica de la Universidad de Foscari en Venecia, Italia, denomina “recolección selectiva de evidencias”. Se trata de los medios a la medida exacta de los consumidores o, si se quiere también, los consumidores a la medida justa de los medios. En este caso, el orden de los factores no parece alterar el producto.

Lo cierto y concreto, es que desde hace ya un tiempo se viene advirtiendo una marcada pérdida de confianza en el sistema industrializado de producción de noticias o informaciones y, al mismo tiempo, un fenómeno de segmentación de públicos muy fieles, fanáticos de determinados nichos mediáticos. En la mirada de Ignacio Ramonet, periodista español dedicado a estudiar este fenómeno en particular de las *fake news*, la problemática del empleo de noticias falsas no parece tener una solución sencilla: “Se podrán crear antídotos para identificarlas, pero esto no supone que el problema termine por resolverse”, diagnostica.

Más allá de matices en los puntos de vista de unos y otros, la mayoría de los especialistas, ya sean filósofos, sociólogos o periodistas, coinciden en que para entender la comunicación en el siglo XXI, no se puede evitar la idea de que una parte no menor de la opinión pública no pareciera buscar la verdad

al momento de informarse sino, por el contrario, lo que persigue es solamente aquello que confirme sus creencias previas.

Esto, acaso, remite a una vieja viñeta, autoría del dibujante e historietista Daniel Paz, publicada alguna vez en la prensa argentina, en la que se puede observar a un hombre adulto leyendo las noticias en su computadora y a su lado, acompañándolo, su hija. La escena se completa con el siguiente diálogo: “No, papá... esa es una noticia falsa”, advierte la chica al padre. Y la respuesta convencida del hombre: “Pero, ¿cómo va a ser falsa si dice justo lo que yo pienso?”

Figura 4.



Imagen “Noticia”. Recuperada del perfil de Twitter @DanielPazAhora en mayo 2020 de

<https://twitter.com/danielpazahora/status/1257063016098607105?s=46&t=dvaxAJUeKM3GgBYtq9Mx2g>

LAS TEORÍAS CONSPIRATIVAS TAMBIÉN METEN LA COLA

Las *fake news* y las teorías conspirativas suelen trabajar de la mano. Ambas, en cierto modo, terminan retroalimentándose mutuamente. Ahora bien, ¿qué actitud deben adoptar los medios de comunicación respecto a las teorías conspirativas, cuando estas plantean hipótesis que se saben falsas? ¿Deben ignorarlas lisa y llanamente? O, por el contrario, ¿publicarlas con el riesgo de darles difusión? El debate está abierto.

Una alternativa a esta incógnita es la que opta por ubicarse en una suerte de punto intermedio entre las dos posturas planteadas más arriba. ¿Cuál sería esa posición intermedia? Es la que promueve la denominada *estrategia de inoculación* que consiste en alertar a la gente, a modo preventivo, sobre la existencia de estas teorías conspirativas y su falsedad. Es decir, ni ignorancia premeditada ni publicidad gratuita, sino una alerta encendida que permita a los lectores y las audiencias tener a mano herramientas que les ayuden a desmontar los falsos relatos.

En el núcleo duro de los partidarios de las teorías conspirativas, es decir los fanáticos a rajatabla, muchas veces la creencia sobre una determinada idea o visión de las cosas termina por transformarse en dogma, por lo que la realidad y las evidencias científicas que puedan llegar a contradecirla o refutarla, suelen transformarse en mero papel mojado.

“La idea de que los poderes engañan a la ciudadanía, la mezcla entre escepticismo y credulidad y la necesidad de buscarle una segunda (o mil) lectura a la realidad, son la combinación perfecta para que afloren conspiraciones en todos los campos de la vida”, sostiene el periodista Eduardo Bravo, en un artículo publicado en el diario El País.

Las teorías conspirativas, en este caso vinculadas al *Coronavirus*, juegan muchas veces con el atractivo de plantear argumentos que van a contramano de un discurso científico, que suele ser visto como monótono o

aburrido. *Desentrañar el lado oscuro de las cosas*, pareciera ser el motivo central de este tipo de “argumentos alternativos”.

Bajo esta lógica, entonces, que la pandemia sea el producto de un complot organizado por Bill Gates y compañía, resulta tanto más atractivo que cualquier explicación basada en datos y antecedentes rigurosamente científicos. “Las noticias falsas están impulsadas por intereses políticos, ideológicos y comerciales, y por lo tanto se difunden mucho más rápido y monetizan mucho mejor”, advierte Muciño.

“Las *fake news* siempre han existido y no veo cómo puedan desaparecer si no es no haciéndoles caso. Lamentablemente aún hay muchas personas que no informan adecuadamente”, señala José Antonio Castañeda González.

La aparición de herramientas como *Twitter*, *Instagram* o *Facebook* ha servido para *horizontalizar* el mercado informativo. Hoy basta tener un teléfono a mano para dar a conocer una noticia. Esto puede ser positivo o negativo según se mire. Es que por un lado permite, al menos en parte, generar mayor cantidad de fuentes de información, pero al mismo tiempo provoca que el ejercicio de verificación de una noticia resulte muchas veces más laxo. Sobre este punto Castañeda González sostiene que “desde que existen las redes sociales es más complicado combatir las noticias falsas, ya que cualquier persona puede difundirlas a través de estos medios”.

El menú de noticias generado alrededor del *Coronavirus* resultó, por la naturaleza excepcional del asunto, casi inabarcable: “Existió todo tipo de información ya que se trataba de un tema del que no se sabía mucho, un tema sobre el que no existían antecedentes y un virus para el que no había vacunas. Por tal motivo hubo desde opiniones constructivas hasta historias de ciencia ficción como las que decían que te iban implantar un chip para controlarte. Existieron varias vertientes, una parte amarillista, otra muy conservadora y la que yo llamo de ciencia ficción”, explica Castañeda González.

La fórmula parece no fallar: cuanto más impactante es un hecho, y por lo tanto más trascendencia e importancia tiene, entonces más posibilidades hay de que afloren a su alrededor las denominadas “verdades alternativas”. Antes de la pandemia, uno de los acontecimientos que había provocado el surgimiento de infinidad de teorías conspirativas, fueron los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos. Dos décadas más tarde, ahora con la pandemia, la historia se repite.

En muchas ocasiones, el miedo puede ser un factor decisivo en el surgimiento de las llamadas teorías conspirativas. Y justamente en un escenario de pandemia global, con el riesgo latente de enfermedad y muerte para millones de personas, resulta lógico que el sentimiento de miedo haya terminado por transformarse en un actor preponderante.

Para Gordon Pennycook, docente de la Universidad de Regina en Saskatchewan, Canadá, la crisis del Coronavirus se ha convertido en una suerte de tormenta perfecta, ya que “las teorías conspirativas están dirigidas a quienes tienen temor a enfermarse y morir o infectar a alguien más”.

Uno de los primeros intentos de abordar la cuestión del *Coronavirus* desde una mirada intelectual se puede encontrar en “Sopa de Wuhan”, un libro que recopila textos escritos por Giorgio Agamben, Slavov Zizek, Byung-Chul Han, Judith Butler y Alan Badiou, entre otros.

Vale la pena poner el asunto en su justo contexto temporal: la propuesta de “Sopa de Wuhan” se trata de una respuesta temprana, casi instantánea, a la crisis del *Coronavirus*, ya que la primera edición del libro apareció en marzo de 2020, apenas unos días después de que la OMS decretara la pandemia a escala global.

Cuando los diferentes países comenzaron a adoptar medidas restrictivas, afloró en los medios de comunicación el debate sobre las libertades individuales y el uso de la pandemia como forma de control social.

Giorgio Agamben, reconocido filósofo italiano, fue uno de los primeros en abonar esta teoría.

Pluma filosa, controvertido en sus posturas, las intervenciones de Agamben no pasaron desapercibidas. Sus textos levantaron polvareda y críticas al por mayor, y de inmediato desataron una oleada de idas y vueltas en las opiniones de unos y otros. En aquellas primeras semanas de pandemia, el filósofo italiano publicó una serie de columnas de opinión en la página web de la editorial *Quodlibet* que luego terminarían incluidas en el libro “Sopa de Wuhan”.

Allí, Agamben habla en términos de “invención de la pandemia”, forma semántica que deja entrever una cierta artificiosidad intencionada o de montaje premeditado. Pero, ¿montaje promovido por quién?, ¿o por quiénes?, ¿y con cuáles objetivos? En el veredicto de Agamben no hay dudas: son los poderes políticos quienes instrumentalizan la epidemia bajo la forma coercitiva de control social.

Agamben pone el acento en cierta predisposición de las sociedades al catastrofismo, como si existiera latente una cierta necesidad de caer en estados de pánico colectivo: “El otro factor, no menos inquietante, es el estado de temor que en los últimos años se ha extendido evidentemente en las conciencias de los individuos, y que se traduce en una verdadera necesidad de estados de pánico colectivo, a los que la epidemia vuelve a ofrecer el pretexto ideal”, sostiene.

En otro de los artículos incluidos en “Sopa de Wuhan” el filósofo esloveno Slavo Žižek plantea una interrogante algo inquietante: “¿Solo estaremos seguros en la realidad virtual?”. Afuera, la pandemia acecha y aquellos sitios que antes eran lugares de encuentro; plazas, parques, bares, oficinas, talleres, ahora con la irrupción del virus se han transformado en zonas de riesgo y amenaza.

Y ante este panorama, Žižek imagina un escenario no demasiado optimista: presagia futuras epidemias virales que van a afectar los modos de

relación de las personas con sus semejantes, y con ello también el tipo de vinculación con los espacios comunes a todos. En definitiva, el intelectual esloveno viene a decir que “ya nada será como entonces”.

Ante los peligros que implica el encuentro de los cuerpos, lo virtual puede proponerse como refugio donde guarecerse, un búnker donde encontrar algo de sosiego y protección. Pero para Zizek tal alternativa no es posible; más bien todo lo contrario. Ese universo lejos está de ser un refugio seguro e inquebrantable. Allí también hay peligro, advierte el esloveno y recuerda que, después de todo, el término viral está íntimamente ligado a *Internet* y la virtualidad: los virus infectan, generan destrozos, atacan sistemas informáticos. No hay entonces espacio, real o virtual, que esté exento de posibles intromisiones o resulte inmune al riesgo.

Además del factor miedo, en una situación tan excepcional como una pandemia también la negación o el autoengaño juegan su parte. Se trata de una actitud de autodefensa casi instintiva, tal como lo explica Daniel Feierstein, investigador del CONICET, al recordar que “a nadie le resulta fácil aceptar la posibilidad de su muerte o enfermedad”, y también cuando se produce “una alteración tan radical en la vida cotidiana” de millones de personas.

A las consecuencias devastadoras en términos sanitarios que *per se* supone una pandemia, Feierstein le añade otro factor que puede resultar igual o más grave: la implosión de las relaciones entre las personas. Sobre este punto en particular explica que “en muchos casos de crisis, los efectos en términos de relaciones sociales terminaron siendo tanto o más destructivos que el mero efecto biológico”.

Es sabido que, en este tipo de situaciones, otro *acto reflejo* habitual tiene que ver con la búsqueda de un responsable o, mejor dicho, un culpable en particular. Lo que se traduce en una suerte de *chivo expiatorio*. Feierstein lo grafica recordando que “se intenta identificar a un responsable en el que

descargar la frustración y el resentimiento por el temor al contagio o la muerte”. Y sigue reflexionando: “El estado de histeria puede generar persecuciones y delaciones, y con esto se pueden abrir las puertas a las tendencias fascistas que han sido insistentemente cultivadas en la última década en todo el mundo y particularmente en nuestra región”.

De hecho, el *Covid* fue utilizado por determinados sectores en diferentes partes del mundo, para incitar posturas *xenófobas*. Tanto que, en su momento, provocó que la ONU debiera publicar una alerta ante la propagación de conductas discriminatorias: “La alarma por el *Coronavirus* es comprensible. Pero el miedo no puede justificar los prejuicios y la discriminación contra la comunidad asiática. Luchemos contra el racismo, acabemos con el odio y apoyémonos en esta emergencia de salud global”, alertaba el documento en febrero de 2020.

Vale recordar que, en los primeros meses de pandemia desde la propia Casa Blanca, por aquellos días al mando de Donald Trump, se azuzó la idea de identificar la *Covid-19* como “el virus chino”. A golpe de *tweets*, Trump apeló a la vieja táctica de buscar y señalar un enemigo externo, identificar al otro como la suma de todos los males. Todo esto, claro, en un contexto de relaciones extremadamente crispadas entre los Estados Unidos y China, con ambos países enfrascados en una tensa batalla comercial.

A medida que la crisis del *Coronavirus* se fue acentuando, comenzaron a aparecer, de modo cada vez más recurrente, artículos y crónicas periodísticas alertando sobre diferentes comportamientos *xenófobos* y discriminatorios. En el periódico La Vanguardia, se advertía que “el miedo generalizado está provocando actitudes *xenófobas* hacia la población asiática”.

Situaciones como éstas se replicaron en distintos lugares a lo ancho y largo del planeta. Por ejemplo, en los Estados Unidos, el periódico *The New York Times* encabezaba una de sus notas con un titular explícitamente

descriptivo: “Les escupen, les gritan, los atacan: los chino-estadounidenses temen por su seguridad”.

¿Es posible legislar sobre las *fake news* sin que esto suponga un cercenamiento a la libertad de expresión? ¿Cómo evitar que los Estados, so pretexto de poner freno al fenómeno de las noticias falsas, terminen instaurando una serie de herramientas y dispositivos de censura contra la prensa?

Raúl Magallón Rosa, doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y autor de “Unfaking News”, advierte que muchas de las experiencias recientes en torno a la idea de aprobar una ley contra las noticias falsas, acabaron restringiendo la libertad de expresión e información allí donde intentaron aplicarse. Es decir, el remedio terminó siendo peor que la enfermedad. Con base a estos antecedentes, el académico español recuerda que los Estados, más que “los árbitros de la información”, deben presentarse como “los garantes del pluralismo informativo”.

En opinión de Magallón Rosa, en la actualidad se percibe un creciente temor en las sociedades, ante el riesgo de que los Estados instauren y consoliden una nueva política de control y vigilancia sobre la vida de las personas: “Como nos recuerdan expertos, como la periodista Marta Peirano, sabemos que los Gobiernos que burocratizan la vigilancia después se acostumbran rápidamente a ella”, alerta.

En los últimos años fueron varios los países de América Latina que intentaron promover algún tipo de iniciativa regulatoria respecto al tema *fake news*. En algunos casos, esos proyectos terminaron por aprobarse y hoy son ley, y en otros no pudieron pasar el filtro legislativo.

Desde las entidades que agrupan a los profesionales de la prensa en diferentes partes del mundo, se advierte que muchas veces los gobiernos suelen echar mano a este tipo de proyectos, con el objetivo de controlar y

censurar el periodismo de investigación y también, acallar las voces opositoras.

En muchos casos las iniciativas propuestas -algunas de ellas finalmente aprobadas- prevén penas de cárcel y también el pago de multas. Es lo que sucede, por ejemplo, en Venezuela a partir de la reforma del Código Penal llevada a cabo en el 2005. En aquel entonces se decidió agregar un artículo, el 297-A, que plantea penas de hasta cinco años de cárcel para aquellos que “divulguen información falsa que cause pánico en cualquier medio”.

Asimismo, durante la pandemia un grupo de legisladores chilenos presentó un proyecto de ley que preveía multas de hasta 14 mil dólares para las personas que, a través de las redes sociales o cualquier otro medio, difundieran noticias falsas en tiempos de crisis sanitaria.

Claro que no se trata del único riesgo ligado al uso de las nuevas tecnologías. Cecilia Moreno Díaz ensaya una suerte de *inventario de los peligros* a los que a diario se ven sometidos aquellos que navegan en la *jungla de Internet*: suplantación de identidades, difusión de fotos o videos privados sin autorización, violación de cuentas privadas o el robo de bancos de datos para usos perniciosos, son apenas algunas de las posibles trampas en las que cualquiera puede caer.

Asimismo, es tajante cuando remarca la necesidad de que haya un mayor control en el tratamiento que *Internet* da a los datos personales: “Para mí es completamente necesario que esto suceda”, concluye.

Ante esta situación, la encargada del monitoreo de redes sociales en el IPN está a favor de promover un instrumento legal que sirva para atenuar el fenómeno de las *fake news*: “Tarde o temprano tendrá que implementarse, porque ya se está abusando de las noticias falsas y esto lo único que genera es más ignorancia”, avisa.

Se trata, en rigor, de un tema sumamente ardiente. De hecho, cada vez que se debate sobre esta cuestión surge de modo reiterado el

interrogante respecto a quiénes pueden acceder -aun cuando no estuviera permitido- a este invaluable flujo de información y, más importante, qué es lo que pueden hacer con todos esos datos en su poder.

Por lo pronto, Carlos Andrés Monroy Juárez, recuerda el resonado caso de *Cambridge Analytica*, compañía que en su momento adquirió de modo irregular datos personales de 50 millones de usuarios de *Facebook*, y los utilizó para direccionar mensajes personalizados durante la campaña electoral de 2016 en los Estados Unidos a favor del entonces candidato Donald Trump y en contra de su rival Hillary Clinton: “Es posible que como el caso de *Facebook* nuestra información ya la tenga alguna empresa”, asegura.

Monroy Juárez, coincide con aquellos que postulan la necesidad de encarar una pedagogía sobre el uso seguro de las nuevas tecnologías, aunque de inmediato advierte respecto a los riesgos de que esta pedagogía termine confundándose con prácticas de adoctrinamiento o incluso servilismo. Por esta razón, considera que lo más conveniente pasa por “fortalecernos como sociedad y desde ahí abogar por las prácticas que nos unan y nos enseñen a avanzar”.

Entre los usos y costumbres que las nuevas tecnologías han impuesto, parece resultar cada vez más habitual el empleo de los algoritmos para definir qué noticias terminan por visibilizarse. Este tipo de herramientas suele generar en algunas personas cierto recelo o, si se quiere, desconfianza. Entre ellos bien podría incluirse a Monroy Juárez: “El algoritmo honesto es el título de un ensayo que leí hace mucho. El algoritmo nos conoce más que nadie e incluso más que nosotros mismos. Para mí el uso de las redes sociales puede resultar muy pernicioso. Es por eso que las empleo con cierta mesura. Los algoritmos pronto harán su trabajo en beneficio de algún grupo en el poder y entonces sí viviremos una de las novelas de George Orwell”, se anima a profetizar.

Respecto a la problemática de las *fake news* Monroy Juárez no se muestra demasiado optimista al señalar que “hoy en general la sociedad no

cuenta con herramientas suficientes para defenderse de las noticias falsas. Para mí el conocimiento ayuda mucho, pero no somos una sociedad de lectores, sino de televidentes. *Homo Videns*, diría Giovanni Sartori”.

Aun así, cuando se le pregunta si sería posible encontrar una solución colectiva a esta problemática, en lugar de depender de las acciones particulares de cada individuo, Monroy Juárez destaca que “la colectividad siempre es la que mueve al mundo; yo espero que sí se pueda y finalmente se consiga. No soy tan presuntuoso para proponer o creer que tengo una solución, solo espero que llegue, y si llega, seguramente será través de la colectividad”.

Muy por el contrario, para el editor digital de la revista Proceso, Carlos Olvera, no hay una solución colectiva ante las *fakes news* ya que, asegura, sería imposible controlar todo el mundo de la información.

Por su parte, Juan Rivas advierte que encarar la cuestión de las fake news desde un punto de vista meramente regulatorio, podría abrir las puertas a proyectos que “rayarían la censura”, por lo que “más que un marco regulatorio se requiere la capacitación y la educación para saber detectar las noticias falsas”.

“El fenómeno de las *fake news* no tiene vuelta atrás, pero lo que sí tiene vuelta atrás es el hecho de que nosotros nos hagamos responsables. Las noticias falsas van a seguir existiendo en todo momento, ya se trate de políticos, personajes de la farándula u otros, porque es parte de un sistema que a ellos les resulta útil. No creo que se vayan a terminar, sino más bien que uno debe aprender a evadirlas, a no creerlas y a confirmar el tipo de información que se da”, añade Rivas.

Este uso de las nuevas tecnologías supone todo un desafío de aprendizaje: cómo usarlas para que estas no se vuelvan -a modo de Frankenstein- contra los propios usuarios: “Creo que se han hecho intentos de pedagogía que no necesariamente han dado los frutos esperados. Las nuevas tecnologías crecen de manera tan rápida y surgen tantas plataformas

distintas que las personas ya ni siquiera se preguntan qué están aceptando en un aviso de privacidad”, explica Daniela Vega Plascencia.

“Yo estoy a favor de este tipo de pedagogía, de cuidar lo que publicamos, de ser conscientes de los candados para que no todos tengan acceso a información sensible, pero es complejo. Esto tendría que darse a partir de una estrategia de base que sea muy clara y que pueda replicarse en todas las plataformas”, agrega.

La posibilidad de establecer un marco regulatorio con el objetivo de contrarrestar las *fake news*, es para la periodista Rocío Esquivel López algo difícil de llevar a la práctica: “No hay posibilidad jurídica, puesto que existe la libertad de expresión. La alternativa es la ética de cada medio y del propio comunicador. Mientras los dueños de los medios sigan teniendo intereses personales, no es posible una regulación. Finalmente, los medios son empresas, no viven de la noticia sino de la publicidad, de otra forma no podrían subsistir”, razona.

En 2022, la Unión Europea se encuentra en pleno debate por la denominada Ley de Servicios Digitales, que tiene como objetivo fijar un marco regulatorio sobre el tema *fake news*. Sin embargo, la propuesta en cuestión va más allá del fenómeno de las noticias falsas, ya que también promueve normativas sobre el robo o uso indebido de datos personales a través de *Internet*. La iniciativa, discutida actualmente en la Euro Cámara, contempla la posibilidad de articular un mecanismo especial en caso de generarse escenarios de crisis sanitarias o militares, que pongan en riesgo la salud o la seguridad pública. Si finalmente resulta aprobada, la ley comenzaría a tener vigencia a partir de enero de 2024.

Planteado el interrogante respecto a qué factores suelen priorizarse al momento de consumir contenidos periodísticos, en la mayoría de las respuestas dadas por los entrevistados aparece un denominador común: el valor del nombre, ya se trate del medio o de un periodista en particular, como

garantía de fiabilidad y marca de seriedad. Es decir, el nombre asociado a la calidad periodística.

De igual manera, coinciden sobre otra cuestión clave: la necesidad de apoyarse en el uso de fuentes confiables al momento de elaborar una noticia. Esto adquiere una importancia aun mayor cuando se trata de brindar información relacionada a un tema tan sensible como una pandemia, en la que se ha puesto en juego la salud de millones de personas. Sobre esta cuestión vale recuperar la respuesta de Carlos Alberto Olvera Barajas en la que cuestiona el uso repetido y abusivo de fórmulas poco precisas, como por ejemplo “fuentes de alto nivel” o “fuente anónima”, que luego muchas veces terminan siendo erróneas.

Los especialistas en el tema insisten en que cualquier tipo de proyecto que busque regular y frenar la desinformación, debe realizarse a través de un sistema independiente de los poderes políticos en turno. Y remarcan que estas iniciativas deberían articularse a partir de tres pilares fundamentales: reglas claras, sistemas de controles eficaces y equilibrio.

UN POCO DE HISTORIA

Para tener una idea más integral sobre el fenómeno de las noticias falsas, conviene poner las cosas en perspectiva y entender que el árbol genealógico vinculado a las *fake news* viene de atrás tiempo. De hecho, si se recurre a la historia, la lista de antecedentes resulta bien nutrida.

Uno de los casos más emblemáticos es el que se produjo allá sobre fines del siglo XIX cuando el *Journal*, el periódico de William Randolph Hearst, dio cuenta del estallido de un explosivo en el Maine, un buque norteamericano que se encontraba amarrado en la Bahía de La Habana, Cuba, en aquel entonces bajo dominio español.

El hecho en sí, es decir la explosión, efectivamente ocurrió, pero en rigor las causas nunca terminaron de ser esclarecidas del todo. A lo largo del

tiempo, la hipótesis que mayor consenso ha cosechado fue la del accidente como consecuencia del sobrecalentamiento de carbón, y su contacto con municiones inflamables que se encontraban guardadas en los depósitos del Maine.

Sin embargo, para el diario de Hearst no hubo resquicio alguno de duda. Aun cuando no existiera prueba material concreta, ni tan siquiera indicios lo suficientemente confiables, el *Journal* sentenció sin más, que los autores de aquella explosión habían sido los españoles: “El barco de guerra Maine fue partido en dos por un arma secreta infernal”, se puede leer en una crónica aparecida poco después del incidente. Y ya se sabe: cosa impresa, cosa juzgada.

La guerra estaba servida en bandeja, solamente faltaba una mínima chispa que actuara como detonante. Y lo que Hearst hizo fue encender esa chispa, ni más ni menos. En definitiva, si la causa que iba a terminar detonando esa guerra, el presunto ataque español a la embarcación norteamericana, era cierta o no, ya poco y nada importaba en rigor.

Aquí resuena la idea *nietschiana* que postula que “no hay hechos sino interpretaciones”. Fue Hearst, precisamente, el que dijo aquello de “si no pasa nada tendremos que remediarlo y entonces inventar la realidad”. Para muchos, en definitiva, el apellido del magnate norteamericano está ligado de modo directo con el llamado periodismo sensacionalista o, también conocido como amarillismo.

CUARTA PARTE

LA PANDEMIA Y EL PERIODISMO PUNCH

“Nunca preguntes con qué se hace una salchicha, y mucho menos una nota periodística”.

Frank Linder

Figura 5.



“El periodismo ¿víctima de la pandemia?”. Recuperado de la página de Universidad Isabel I en mayo 2021 de <https://www.ui1.es/blog-ui1/el-periodismo-victima-de-la-pandemia>

LA PRENSA COMO ESPECTÁCULO

Para cualquier persona, que a diario tenga la costumbre de sentarse unos minutos frente a la televisión y sintonizar cualquier canal de noticias, la escena puede resultar familiar: en la pantalla se alcanza a leer una leyenda que avisa de un “Último momento” o, en su defecto, un imponente cartelón anunciando un “Alerta”. De fondo se escucha una estrepitosa música instrumental, similar a la empleada por los directores de cine en las películas de terror, especialmente en esas escenas en las que algo horrible está por suceder. El tono grave del presentador completa el cuadro. Sobrevuela en el ambiente la inminencia de lo trágico. El suspenso y la ansiedad cercan el ambiente.

El recurso puede antojarse trillado, pero es el que cada vez más predomina en muchos noticieros de televisión. La *espectacularización* del periodismo ha impuesto su lógica en el tratamiento de las noticias. La presentación de un hecho viene acompañada de una determinada puesta en escena. El procedimiento consiste en revestir la noticia con una serie de ropajes o efectos, que no buscan otra cosa que potenciar eso que en la jerga periodística se identifica como *gancho* o *anzuelo* de la información.

Bajo esta lógica, el periodismo se confunde y entreteje con el espectáculo. Así las cosas, la noticia apunta buena parte de sus cañones al efecto. Y para ello muchas veces echa mano, entre otros condimentos, a lo truculento o lo morboso.

Apenas desatada la pandemia de Coronavirus, la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) advertía sobre los riesgos de incurrir en excesos y exageraciones en un tema tan sensible como la salud. En este sentido, la entidad exhortaba a los periodistas y medios de comunicación a no caer en “la intromisión gratuita, y en especulaciones innecesarias sobre las personas afectadas por la enfermedad.”

En medio de una pandemia, la difusión de noticias sensacionalistas o alarmistas puede provocar desconfianza, inseguridad y angustia. En

definitiva, todos aderezos funcionales para la generación de un cuadro de histeria colectiva.

No es secreto para nadie el hecho de que buena parte del impacto de las noticias suele jugarse en los titulares. Es decir, el modo en cómo se encabezan las noticias, bajo cuáles criterios se presentan. No solamente qué tipo de palabras se utilice, sino también el estilo de tipografía que se elija.

Sobre esta cuestión en particular resulta interesante el trabajo “El *Coronavirus* a través de los titulares de El Mundo y La Vanguardia”, realizado por Marián Alonso-González, Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla. En el repaso llevado a cabo por las páginas de estos dos periódicos españoles, se concluye que en los primeros meses de pandemia los cinco vocablos más utilizados, en este caso por El Mundo, fueron los siguientes: *muertos, contagio, confinamiento, alarma y cuarentena*. En La Vanguardia, por su parte, los términos más repetidos resultaron *confinamiento, muertos, contagio, cuarentena y crisis*.

La huella de la teatralidad se impone bajo el mandato del *show business*. Y también, cuestión clave y elemental, la efectividad medida en términos cuantitativos. Es decir, el *todopoderoso Señor Don Rating* es el que en definitiva suele mandar al momento de privilegiar unos contenidos sobre otros. El negocio demanda volúmenes de audiencia, y es así como el valor de los materiales publicados se mide según los ratings, clics o reproducciones que atraigan. La prioridad del número marca el ritmo de las grillas de programación y también de la prensa gráfica. Aquello que no mide se desecha, y por tanto va a parar al pozo de los contenidos inservibles.

La televisión, y también los medios gráficos tanto de papel como digitales, parecen trabajar bajo un estado de zozobra permanente. Lo que hoy sirve, mañana (o mucho antes de mañana, incluso) puede ser obsoleto. Los editores de noticias parecen tener bien asimilado el *modus operandi*; todo contenido periodístico suele tener ese punto de *clímax* que requiere ser

explotado al máximo. Pero luego, de forma despiadada, ese interés termina evaporándose.

Las noticias aparecen así bajo el signo de lo efímero. Se mueven en un ecosistema en el que el mandato de la instantaneidad y la velocidad parecen marcar la pauta. Zygmunt Bauman, sociólogo polaco-británico, lo graficaba bajo la idea de “contexto líquido”.

Es bien sabido que la valoración de las noticias se mide según el interés mediático y el eco social que logren despertar. Entonces, todo parece ser cuestión de cálculo, tanto para los que difunden esas noticias, los periodistas, como también para quienes las generan, los protagonistas. “Para mí tristemente hay un trasfondo monetario más que social. Antes había un compromiso de informar y ahora todo está enmarcado por el dominio de empresas que lo que quieren es vender sus productos o servicios. Incluso a veces la información ya no es un fin sino un medio”, afirma Moreno Díaz.

Una declaración política, la presentación de una película, el alegato de un abogado en el marco de un proceso judicial: todo se mide, todo se planifica y a fin de cuentas todo queda subordinado al efecto que pueda causar en la opinión pública. Importa qué decir pero, sobre todo, lo que más importa es cómo decirlo para generar el mayor impacto posible.

“El hecho es que, cada vez más, multitud de acontecimientos –muy en particular los actos políticos y comerciales– se idean y se programan en función de una búsqueda de eco mediático; si no se consigue, es como si no tuviesen valor. Hubo un tiempo en que los periodistas nos dedicábamos a contar las cosas que sucedían, pero esta es la hora en que, en realidad, las cosas suceden casi única y exclusivamente para que los periodistas podamos contarlas”, reflexiona Juan Luis Cebrián, fundador y ex director del periódico español El País. En las palabras del también periodista y escritor, aparece clara la idea de cálculo, la búsqueda premeditada de un determinado efecto.

Vale insistir en la cuestión: en estos tiempos de vértigo en que las noticias se pisan los pies unas a las otras, los contenidos periodísticos están allí para ser deglutidos. Llevan consigo el signo de lo descartable. Emergen fulgurantes y así de fulgurantes se desvanecen.

En un libro que lleva como título “La civilización del espectáculo”, el escritor peruano Mario Vargas Llosa, plantea una precisa radiografía sobre el modo en que funciona buena parte del periodismo en la actualidad, especialmente aquel con tendencia a lo sensacionalista. El Premio Nobel de Literatura arremete contra los medios y, al mismo tiempo, también apunta contra los espectadores: “No tienen memoria”, sentencia. En su mirada no hay inocentes. Vargas Llosa pone en la misma bolsa a medios y consumidores. Al momento de sentarse frente a la televisión o cuando se consumen noticias en Internet o a través de la prensa de papel, para el escritor peruano no existen ni la conciencia ni el remordimiento.

El público, dice Vargas Llosa, vive “prendido a la novedad” sin importar cual ésta sea. En apenas un pestañeo “se puede pasar de las escenas de muerte y destrucción de la guerra del Golfo Pérsico a las curvas, contorsiones y trémulos de Madonna y de Michael Jackson”. Es la cultura del *zapping* aplicada al consumo de noticias. El autor de “La ciudad y los perros” y “La casa verde”, parece no dudar al momento de dictar sentencia: la sociedad del espectáculo que hoy impera puede ser muchas cosas, pero antes que nada es “cruel”. Este el término que emplea.

Una crónica de la crisis financiera del 2008 le sirve a Vargas Llosa para describir la *praxis* del periodismo sensacionalista. La nota, escrita en su momento por el enviado especial de El País a Nueva York, resume de modo explícito la búsqueda de lo mórbido y lo truculento. El cronista cuenta sobre una horda de reporteros gráficos a sueldo de los tabloides neoyorquinos, todos ellos a la caza de algún *bróker* abrumado y derrotado por la crisis, y dispuesto a saltar al vacío desde alguno de los imponentes rascacielos de Manhattan. Se trata de plasmar una imagen que sirva como síntesis de la hecatombe financiera vivida en aquel entonces.

Con un tono que mezcla la queja y la melancolía, el escritor peruano sostiene que “la frontera que tradicionalmente separaba al periodismo serio del escandaloso y amarillo ha ido perdiendo nitidez, llenándose de agujeros hasta en muchos casos evaporarse, al extremo de que a veces resulta difícil en nuestros días establecer aquella diferencia en los distintos medios de información”.

El periodismo parece encontrarse en una encerrona, en la que termina por caer absorbido en las *garras del entretenimiento*. Y para la prensa esto supone, en la mirada de Vargas Llosa, más pérdida que beneficiosa. Las prioridades se trastocan al punto que la trascendencia de una noticia ya no se mide tanto por su importancia económica, política, cultural y social, sino más bien por su carácter escandaloso o espectacular. Así las cosas, el periodismo atado al mandato del entretenimiento deriva en una prensa en la que prevalece lo *light*, en algunos casos, o el amarillismo en otros. O peor aún, ambos al mismo tiempo.

Algo parecido a lo de Vargas Llosa dice David Jiménez en el libro “El Director”, en el que cuenta su paso al frente de la dirección del periódico español El Mundo: “De los periodistas se esperaba ahora que entretuvieran, no que informaran. (...) La prensa que nos considerábamos distinguida, tampoco estábamos en posición de criticar el espectáculo o mirar por encima del hombro a quienes se entregaban a él. Nuestras *webs*, inmersas en una batalla por la audiencia y desesperadas por buscar los ingresos que habían desaparecido con la debacle del papel, mezclábamos sesudos análisis políticos, crónicas de corresponsales en lugares remotos, revelaciones de intimidades de famosos y buenas dosis de *sexypseudoperiodismo*, que tenía entre sus normas de titulación añadir el nombre de un famoso y la palabra sexo para garantizarse lectores y popularidad”, asevera.

El sensacionalismo no sabe de fronteras. En Alemania, por ejemplo, las quejas de los lectores de prensa escrita durante el 2020, en pleno auge

pandémico, se duplicaron en comparación al año anterior, según informó en su momento el Consejo Alemán de Prensa. El periódico *Bild*, conocido por su tendencia sensacionalista, se llevó la mayor parte de las críticas.

En Argentina, por su parte, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) dio a conocer un estudio bajo el título “Información sobre vacunas y campañas de vacunación: Entre la geopolítica, las polémicas, la esperanza y el fin de la pandemia”. El trabajo en cuestión, puso el foco en el tipo de tratamiento mediático que diarios como Clarín y La Nación le dieron al tema vacunas. Entre las conclusiones principales se destaca que “la cobertura de la pandemia en muchos casos resultó sesgada, polarizada y dramática”.

Con el recurso del sensacionalismo hay algo del discurso periodístico que se retrae al tiempo, que se impone al mero criterio del *show* o el espectáculo. Y en este juego bien vale preguntarse qué rol les cabe a los periodistas, cuánto pueden hacer para revertir este estado de cosas.

Una mirada poco optimista, y acaso realista, indica que las políticas y estrategias seguidas por los medios parecen cada vez más quitarles margen de acción a los profesionales que allí trabajan. De alguna manera el sistema termina absorbiéndolos. De un tiempo a la fecha, en rigor, los moldes suelen tender inevitablemente a la uniformidad. Esto parece haberse hecho mucho más evidente en el ámbito de la televisión, pero también se percibe en la prensa escrita: titulares que buscan el impacto como premisa casi única y contenidos estructurados bajo una lógica puramente escandalosa parecen dominar el escenario.

Otra mirada, mucho más optimista, seguramente reivindicará la posibilidad de rebelarse contra estas normas dominantes, y reclamar para sí la chance de ejercer un periodismo capaz de caminar por senderos diferentes a los ya establecidos.

La periodista María Teresa Herrán, autora de “Ética para periodistas” y “¿Acallar la opinión?”, pone sobre la mesa de análisis y debate un factor

importante en esto del sensacionalismo: el de la distorsión interesada de la noticia a partir de recursos tales como la manipulación y el engaño. En tiempos de *Coronavirus*, algo de esto puede verificarse con la aparición de una cantidad nada desdeñable de documentos que, muchos de ellos presentados incluso bajo el formato de *papers científicos*, buscaban dar una apariencia de seriedad y rigor cuando en realidad no hacían otra cosa que postular teorías sin ningún sustento académico o científico.

EL IMPERIO DEL VALE TODO

La sociedad del espectáculo se vive en los medios y también en el universo de las redes sociales. Allí la línea que separa lo público de lo privado resulta compleja de distinguir. Ambas esferas se entrelazan y confunden. Bajo esta lógica, la privacidad resulta un valor endeble que tranquilamente puede y debe ser pulido. Las redes, en su pura potencia expansiva, terminan funcionando como un gigantesco escaparate de exhibición. Mostrar, mostrar y mostrar, ese parece ser el punto clave de la cuestión. En la sociedad del *show* no hay espacio para la reflexión.

Acaso como nunca antes con el *Coronavirus*, la enfermedad, se transformó en algo público. Tanto que la escena de personajes famosos anunciando en sus redes sociales que estaban contagiados de *Covid-19* se hizo recurrente, incluso en algunos casos mostrando y relatando el día a día de la evolución de la enfermedad.

Pero las redes sociales no solamente se han convertido en escaparates para exhibir, sino también en cuadriláteros de luchas y trifulcas virtuales donde, en cierto modo, pareciera prevalecer el *vale todo*. Aquí la palabra se maneja no como argumento, sino como arma arrojada hacia todo aquel que no opine como uno. Se insulta a *mansalva*, camuflados la mayoría en el anonimato.

El escritor Martín Kohan en una columna de opinión en el periódico Perfil, describe este fenómeno a partir de la figura del *desencajado* o *desquiciado*. En la nota, Kohan señala que “no hay otra cosa que la turbia pasión de los sacados, el goce oscuro de los que se desencajan, la vocación desencontrada del matón o el patotero vil, más la miserable cobardía de los que azuzan desde atrás de un teclado”.

Durante la pandemia, los medios y las redes se instituyeron en espacios de *disputas de sentido* de cuestiones que sobrepasaban lo estrictamente sanitario. Uno de esos asuntos tuvo que ver con el debate que contrapone la idea de salud pública con las libertades individuales. Y en esa disputa, la crispación dijo presente.

De esto puede dar fe el escritor español Arturo Pérez-Reverte. Cuando el autor de “La Tabla de Flandes”, “El Capitán Alatriste” y “El pintor de batallas” informó a través de sus redes sociales que se había vacunado contra el *Coronavirus*, sobrevino de modo inmediato una catarata de coléricos ataques de parte de grupos antivacunas. Pérez-Reverte fue acusado de “falso y vendido.”

La embestida resultó tan encarnizada, que el propio autor decidió contestar desde su cuenta de *Twitter* a golpe de pura ironía. Fue así que publicó el denominado “Formulario para ofendidos en las redes sociales”. La particular respuesta de Pérez-Reverte se viralizó en cuestión de minutos, y enseguida fue replicada por una gran cantidad de medios de comunicación.

Figura 6.

**FORMULARIO PARA OFENDIDOS
EN REDES SOCIALES**

FECHA DE LA OFENSA.....HORA.....RED SOCIAL.....

¿QUÉ LO OFENDIÓ ?

UN MEME UNA PUBLICACIÓN UN ENLACE UNA FOTO

UN VIDEO ALGUIEN QUE NO PIENSA COMO USTED

ALGUNA OTRA:

¿LLORÓ?

MUCHO POQUITO A MOCO SUELTO COMO UNA MAGDALENA

¿LO VA A SUPERAR?

SI NO NO LO SE TAL VEZ CON TERAPIA JAMÁS

MOTIVOS POR LOS QUE SE OFENDIÓ

<input type="radio"/> SOY UN IDIOTA.	<input type="radio"/> TENGO MUCHOS COMPLEJOS.
<input type="radio"/> ESTABA ESTALKEANDO	<input type="radio"/> RELIGIÓN
<input type="radio"/> ME GUSTA EL DRAMA.	<input type="radio"/> SOY UN MOJIGATO.
<input type="radio"/> NECESITO ATENCIÓN.	<input type="radio"/> TODOS ESTÁN EN MI CONTRA.
<input type="radio"/> SOY DE CRISTAL.	<input type="radio"/> PREFERENCIA SEXUAL
<input type="radio"/> ME TOMO TODO A TÍTULO PERSONAL.	<input type="radio"/> LA TIERRA ES PLANA.
<input type="radio"/> NO SE ME OCURRIÓ A MI.	<input type="radio"/> SOY DE UNA MINORÍA QUE NADIE TOMA EN SERIO.
<input type="radio"/> A MIS SELFIES NADIE LES DA LIKE.	<input type="radio"/> FOTO DE PERFIL FEA

Imagen "Formulario para ofendidos en redes sociales". Recuperada del

perfil de Twitter @perezreverte en mayo 2021 de

<https://twitter.com/perezreverte/status/1390203647368306694?s=46&t=2iQyU9SNhb72cMcvTPzhbA>

Miedo, desazón, enojo, furia, la combinación puede resultar explosiva. Lo cierto y concreto es que, en tiempos de pandemia, las redes sociales terminaron por transformarse en verdaderas zonas de catarsis colectiva.

El sensacionalismo no es cosa novedosa. Más bien todo lo contrario. Viene de lo hondo de la historia. A finales del siglo XVI, circulaba en las calles parisinas un folleto en el que se informaba sobre la ejecución de un hombre llamado Cristeman, personaje que había sido acusado de matar a 964 personas. Mucho más acá en el tiempo, a mediados del siglo XX, nacen en

Italia los *paparazzis*, los famosos reporteros gráficos que se dedican a seguir a sol y sombra a las celebridades del espectáculo y demás personajes públicos. En el primero de los casos (el folleto contando las peripecias del tal *Cristeman*) aparece el factor de lo truculento, en tanto que en el segundo (los *paparazzis*) lo que destaca es la noción de lo *light*.

El ADN del periodismo sensacionalista resulta más o menos identificable. Vale resaltar algunas de sus características más distintivas:

- Tendencia a la exageración.
- Búsqueda de impacto.
- Deformación de los contenidos.
- Intromisión en asuntos privados.
- Regodeo en la desgracia.

En “El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales”, Gerard Imbert, catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, identifica otro rasgo distintivo del sensacionalismo: aquel que tiende a la dramatización del relato. Las imágenes de víctimas de la *Covid-19* echados en las calles de Lima, o las postales que muestran las fosas preparadas para recibir a los muertos en Brasil, pueden ser acaso ejemplos de eso que Imbert postula en su libro bajo la idea de representación del *drama*.

De alguna manera el viejo formato del *talk show* todavía hoy mantiene su vigencia. Se trata de ese espacio donde todo parece valer, sobre todas las cosas el insulto lanzado a viva voz. De hecho, cuanto más grito, cuanto más pleito mucho mejor. O como postula el escritor argentino Martin Kohan cuando asegura que “ya existía, por otra parte, una legitimación general del insulto del desaforado (hay incluso programas de televisión que consisten básicamente en eso: en que el animador o la animadora miren fijamente a la cámara y empiecen a repartir insultos a granel). Yo no creo que las palabras

existan solo para entenderse, también existen para pelear; pero el hábito ya enteramente admitido del desencajarse en agravios suprime aun esa alternativa: la de confrontar, disputar, trabar conflictos, luchar con las palabras”, sostiene.

SENSIBILIZAR LOS FRÍOS NÚMEROS

Claro que no todo es sensacionalismo o noticias falsas en estos tiempos de pandemia. Otro abordaje posible y diferente es el que, por ejemplo, proponen los medios cuando dejan de lado lo macro y se concentran en lo micro, es decir, cuando posan la atención en las “pequeñas historias personales” pero ya no a partir de lo truculento o dramático, sino a través de una mirada más empática. Se trata aquí de hablar de las víctimas con nombres propios, acercarse a sus vidas, contar sus historias, rescatarlas de esos listados impresionantes e interminables de cifras que, en estos dos años, sirvieron para medir la cantidad de infectados y fallecidos.

En definitiva, el periodismo entendido como herramienta para dar visibilidad a esos discursos que, por las razones que fueren, se mantenían silenciados o invisibilizados. Es lo que el filósofo francés Michel Foucault identificaba como las *historias sumergidas*. De esta forma, los discursos que parecían condenados al silencio son dotados de voz. Se trata de esas historias mínimas y subterráneas que asoman la cabeza para decir lo suyo. Si se quiere, hay en esta práctica algo del orden de lo arqueológico. Desenterrar aquello que no se podía ver ni escuchar. Recuperar historias de la penumbra y darles, a partir de su exposición, carácter de visibilidad.

Durante la pandemia, determinados medios ensayaron el rescate de esas historias personales escondidas detrás de la avalancha de números y más números. Uno de los casos más emblemáticos fue la tapa publicada por el *New York Times* cuando en Estados Unidos se estaba cerca de llegar a los cien mil muertos. El medio decidió publicar en su portada el nombre y apellido de los fallecidos, acompañados de algunas referencias biográficas. Ante la

fría nomenclatura numérica, se apeló al recurso de nombrar y con ello dar identidad.

Figura 7.



Imagen “Remembering the 100,000 Lives Lost to Coronavirus in America”. Recuperado de la página The New York Times en mayo 2020 de <https://www.nytimes.com/issue/todayspaper/2020/05/24/todays-new-york-times>

Aunque parezca un contrasentido, el recurso elegido por el NYT terminó resultando impactante por lo sencillo y lo llano. Vale la mención de algunos ejemplos que se pueden leer en aquella portada:

- Marion Krueger, 85 años, Kirkland, abuela de risa fácil.
- Theresa Elloie, 63, Nueva Orleans, reconocida por su negocio de ramillete y broches detallados.
- Alan Lund, 81, Washington, director de orquesta con “el oído más increíble”.

- Coby Adolph, 44, Chicago, emprendedor y aventurero.
- Bassef Offiong, 25, Michigan, veía a sus amigos cuando estaban muy mal y les sacaba lo mejor.
- Florencio Almazo Morán, 65, Ciudad de Nueva York, ejército de un solo hombre.

La fachada llevaba como título principal “Estados Unidos, cerca de cien mil muertos, una pérdida incalculable”. Y una bajada en la que se podía leer: “No eran simples nombres en una lista. Ellos eran nosotros”.

Ese 24 de mayo de 2020, *The New York Times* buscaba contrarrestar ese estado de automatización en el que ineludiblemente se suele caer cuando la muerte suele ceñirse a lo meramente estadístico. El flujo de cifras durante el pico de la pandemia resultó tan incesante como abrumador. Cada día los datos se iban actualizando en tiempo real. Se llevaba registro del número de muertos, del índice de contagios, del total de vacunados con primeras dosis y segundas y terceras, además de la cantidad de camas de terapias intensivas ocupadas.

Ante tanto número aparecido por aquí y por allá y, acaso como antídoto contra *la normalización de la muerte*, con aquella portada el *NYT* parece preguntarse: ¿qué se sabe de los muertos?, ¿qué historias hay detrás de ellos?

Al inicio de la pandemia, los medios intentaron enviar un mensaje de unidad y concienciación. Es lo que sucedió en España a través de las portadas de los periódicos de papel. El domingo 15 de marzo de 2020, las tapas de los principales diarios como *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Vanguardia*, compartieron el mismo mensaje: *#EsteVirusloParamosUnidos*. Unos días más tarde se llevó a cabo en Argentina una movida similar. Otra vez, las portadas de los periódicos de papel llevaron un mensaje unificado

que rezaba: “Al virus lo frenamos entre todos”, complementado con la siguiente bajada: “Viralicemos la responsabilidad”.

LA JERGA DEL CORONAVIRUS

Cada época tiene sus palabras fetiche. Términos que sirven para hablar y definir un determinado tiempo. Estos años de pandemia han dejado su marca en el habla cotidiana de millones de personas. Palabras que se han adherido al inconsciente colectivo de tanto repetirlas en los medios de comunicación, en las redes sociales y en las conversaciones de todos los días.

Bien podría llamársele “el idioma del Coronavirus”. De un tiempo a esta parte ya no asombra a nadie el empleo de términos tales como estado de alarma y excepción, cuarentenas o confinamientos, períodos de incubación, pacientes sintomáticos y asintomáticos, incidencias de contagio, ocupación de camas de terapias intensivas, estudios y resultados de *PCR*, test de antígenos o cubrebocas. La pandemia ha creado así su propia jerga, y en ese nuevo uso del lenguaje ha provocado diferentes y numerosos deslizamientos semánticos.

Es que con la pandemia hay algo de las palabras y los conceptos que se modifican. Por ejemplo, la noción del *tiempo*. Mirado a través de la crisis del *Coronavirus* este concepto adquiere resonancias diferentes. Comparando el tiempo de la pandemia se antoja completamente diferente al de la vieja normalidad. La percepción es incontrastable: en pleno confinamiento todo parece transcurrir de modo más lento.

Otra noción que asoma la cabeza en épocas de confinamiento es la de la espera. Se trata en este caso de una espera compartida, colectiva, preñada de condimentos tan heterogéneos como contradictorios: ansiedad y calma, angustia y sosiego, tristeza y alegría, temor y confianza, esperanza y

desesperanza, tranquilidad e intranquilidad. ¿Qué es lo que se esperaba en esos días de encierro del 2020? Que el virus disminuyera, que bajaran los índices de contagios y muertos. Y, por entonces también, que las vacunas finalmente llegaran.

Con el *Coronavirus*, la idea del movimiento también adquiere un tinte completamente diferente. La práctica de la cuarentena supone ir a contrapelo de unos de los mandatos paradigmáticos de la modernidad: la necesidad del movimiento constante. De pronto esa pulsión por moverse se ve abruptamente interrumpida. Millones de personas quietas todas al mismo tiempo en sus hogares. Es lo que el sociólogo argentino Alejandro Katz denomina “la experiencia de la inmovilidad compartida”.

Pero no se trata de la única experiencia compartida posible. Hay otra y tiene que ver con la idea de lo global, de cómo algo micro (un hecho en apariencia insignificante que sucede en Wuhan, China) de pronto puede transformarse en algo trascendente a escala macro. Así las cosas, el viejo y sabido concepto de globalización que comenzaría a estar en boga allá por los ochenta y noventa del siglo pasado, ha mostrado ahora con la pandemia una cara no tan benévola: la de la propagación meteórica del virus.

El término desigualdad es otro de los conceptos que también parecen resignificarse con la pandemia. Los efectos dejados por el *Coronavirus* no son iguales para unos y otros. La medición de daños deja saldos diferentes según los casos. No es lo mismo el horizonte postpandemia para los países desarrollados que el que se presenta para los países más empobrecidos. No lo era antes de la pandemia y mucho menos después. Lo cierto y concreto, es que las economías más prósperas tienen muchas más herramientas a mano para acelerar los procesos de recuperación, que aquellas donde la pobreza es lo que prevalece.

La desigualdad también ha dejado su huella en el tema vacunas: mientras en Europa y Estados Unidos abundan las dosis, en otros sitios, tal

es el caso del Continente Africano, el ritmo de vacunación sigue siendo extremadamente lento.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Mucha agua ha corrido bajo el puente desde aquellos primeros meses del 2020, cuando el mundo entero se vio sacudido por la crisis del Coronavirus. Hoy, con la perspectiva que ofrece el paso del tiempo, resulta interesante echar la vista atrás con el objetivo de dejar en claro qué cosas nos ha dejado esta época de virus y confinamientos mundiales.

El supuesto hipotético planteado al inicio de este reportaje suponía que el confinamiento provocado por la pandemia ha favorecido fenómenos tales como la saturación informativa, la proliferación de *fake news* y el fortalecimiento del periodismo sensacionalista.

Por lo pronto, el *tsunami de información* generado a partir de la crisis del Coronavirus se puede emparentar con lo que Hugo Pardo Kuklinski, Doctor en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona, define como “la explosión de la desinformación indigerible y confundidora”. En esta misma línea conviene recuperar la reflexión planteada por Ignacio Ramonet en “La tiranía de la comunicación”, cuando refiere que la superabundancia de información lejos está de suponer una mayor libertad para los lectores y espectadores, sino que, por el contrario, puede terminar generando una sensación de trastorno y confusión generalizadas.

Asimismo, es necesario recordar que al ser cuestionados sobre un clima de saturación informativa o sobre si existió un sentimiento de incertidumbre al momento de estar expuestos a los datos que la pandemia generó en su peor etapa, la mayoría de entrevistados respondió afirmativamente.

De esta manera, cuando se trata de analizar el comportamiento de los medios de comunicación y redes sociales en tiempos de pandemia, surge indudablemente una conclusión difícil de contradecir: la pandemia ha servido

para poner sobre la superficie una serie de fenómenos que, si bien no son nuevos, adquirieron durante la peor etapa del Coronavirus un dominio manifiesto. Uno de ellos tiene que ver con la tendencia al consumo compulsivo y obsesivo de noticias y, con ello, la constante saturación informativa que esto generó. La hubo y el contexto excepcional que supone una pandemia a nivel mundial, resulta decisivo para asegurar tal fenómeno.

Al hablar de *fake news*, cabe recordar que, según datos provistos por el Sistema Público de Radiodifusión, entre marzo y julio del 2020 se detectaron en México unas 1294 noticias falsas circulando a través de diferentes medios y plataformas. De igual manera, un estudio realizado por la UNAM se encargó de tomar la percepción de los usuarios de plataformas digitales con relación a las noticias falsas. El resultado fue contundente: la inmensa mayoría revela haberse topado en las primeras semanas de pandemia con alguna noticia falsa: *Instagram* encabeza el listado con el 91 por ciento, seguido por *WhatsApp* con 90, *Twitter* con 89 por ciento, *Facebook* con 88 y *YouTube* con el 83 por ciento.

Asimismo, lo expuesto por la mayoría de los especialistas en temas de comunicación, coincide en que el contexto de pandemia ha resultado tierra fértil para la agudización del fenómeno de las *fake news*, y junto a esto la implantación de un tipo de discurso periodístico de corte sensacionalista. A su vez, la ausencia de certezas y el miedo a la pérdida de la salud y de la vida suponen dos factores inevitables, tal como lo confirma Lewandoski al momento de analizar lo sucedido durante la crisis del *Coronavirus*, “Si no hay explicaciones, entonces mejor inventarlas”.

Aquí el diagnóstico es tan inevitable como preocupante: *la cultura de lo fake* parece avanzar a pasos agigantados. Lo cierto y concreto, es que las redes sociales se han transformado en el escenario óptimo para la proliferación de noticias falsas. Esto supone para los medios tradicionales de comunicación un desafío gigantesco, ya que deben extremar al máximo los radares para detectar aquello que, en apariencia, se presenta como verdadero pero que en rigor es falso. Un dato que resulta inquietante y que,

a manera de predicción la mayoría de los entrevistados coincide, es que este fenómeno parece estar lejos de aplacarse o atenuarse.

Sin lugar a duda, la información útil, de servicio y sustentada con conocimiento, es la clave a la hora de atacar las noticias falsas en una pandemia como la de *Covid-19*, y es este periodismo científico o médico por el que debe apostar la sociedad. La prensa que además de informar apoya pedagógicamente a la población, respaldada en órganos internacionales confiables, es un escudo protector ante la confusión y las fake news.

El reto no será sencillo para los medios de comunicación en general. En los años venideros una de las tareas a cumplir será, además de contar con especialistas y continuar con las buenas prácticas, poder traducir e interpretar ese lenguaje médico, institucional o técnico en periodismo sencillo y práctico, de fácil digestión para la población en cualquier plataforma de difusión.

Por otro lado, el desafío para la sociedad será educarse al absorber información, hacerse responsable y madurar al momento de consumir y replicar datos en general. Crear conciencia con respecto al uso seguro de las nuevas tecnologías. Comprender los riesgos implícitos que se podrían generar desde replicar una noticia no confirmada hasta, de manera involuntaria, divulgar datos personales o información sensible, así como conocer los riesgos que esto puede generar en un mundo que está conectado todo el tiempo.

Tal parece que, en estos momentos, crear una regulación no podría garantizar que se cumplan los límites y controles necesarios que pudieran castigar las malas prácticas. Por lo pronto, lo vivido y experimentado durante la pandemia pareciera ser apenas una pequeña muestra gratis de los tiempos que asoman en el horizonte.

Finalmente, y a manera de reflexión, probablemente resulte oportuno traer al presente lo que en su momento dijo el reconocido periodista polaco Ryszard Kapuscinski: “La dimensión humanística del periodismo radica en

tratar de hacer el mundo más comprensible, porque si nos comprendemos
somos menos enemigos, si nos conocemos estamos cerca el uno del otro”.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

- Agamben, G., Berardi, F., Zizek, S., Han, B.C., López Petit, S., & Yáñez González, G. (2020). *Sopa de Wuhan*. Buenos Aires. ASPO.
- Alonso, M., & García Orta, M.J. (2015). *Noticias falsas en Internet: difusión viral a través de las redes sociales*. Oporto. Livro de Atas do IV COBCIER.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo global*. Barcelona. Paidós.
- Doyle, A. (2019). *Crime, Institutional Knowledge and Power*. London. Taylor & Francis Ltd.
- Guadián, C. (2020). *Comunicación política en tiempos de Coronavirus*. En *Comunicar en tiempos de Dark Social*. Barcelona. Cátedra Ideograma–UPF.
- Herrán, M.T., & Restrepo, J.D. (2005). *Ética para periodistas*. Bogotá. Grupo Editorial Norma.
- Imbert, G. (2008). *El transformismo televisivo*. Madrid. Cátedra.
- Libro de estilo de El País*. (2016). Madrid. Aguilar.
- Magallón, R. (2019). *Unfaking news*. Madrid. Ediciones Pirámide.
- Jiménez, D. (2019). *El Director*. Madrid. Libros del Ko.
- Pont-Sorribés, C. (2020, Abril). *Infodemia, el virus mediado*. En *Comunicación política en tiempos de Coronavirus*. Barcelona. Cátedra Ideograma-UPF.
- Ramonet, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid. Debate.
- Sontag, S. (2011). *La enfermedad y sus metáforas*. Buenos Aires. Debolsillo.
- Toffler, A. (1970). *Shock del Futuro*. Barcelona. Plaza & Janes.
- Vargas Llosa, M. (2018). *La civilización del espectáculo*. Madrid. Alfaguara.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México. Fondo de Cultura Económica.

FUENTES VIVAS

Entrevista a Arturo Cerda Díaz, periodista y reportero en El Financiero Bloomberg TV, 16 de agosto de 2022.

Entrevista a Carlos Andrés Monroy Juárez, microempresario, 11 de agosto de 2022.

Entrevista a Carlos Alberto Olvera Barajas, editor digital en la Revista Proceso, 16 de agosto de 2022.

Entrevista a Martha Cecilia Moreno Díaz, reportera y encargada de monitoreo de redes sociales, radio y televisión de la Coordinación de Imagen Institucional del Instituto Politécnico Nacional, 10 de agosto de 2022.

Entrevista a Daniela Vega Plascencia, periodista y reportera nacional en UNOTV, 17 de agosto de 2022.

Entrevista a Francisco Muciño, periodista y editor en jefe del sitio altonivel.com.mx, 12 de agosto de 2022.

Entrevista a José Antonio Castañeda González, gerente de Adquisición y Programación de Networks en América Móvil, 11 de agosto de 2022.

Entrevista a Juan Rivas, reportero en UNOTV, 6 de agosto de 2022.

Entrevista a René Hernández López, comunicólogo y director de Kreinto Comunicación, 18 de agosto de 2022.

Entrevista a Rocío Esquivel, periodista independiente, 9 de agosto de 2022.

Entrevista a Monserrat Sara Armijo González, enfermera general en el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, 3 de octubre de 2022.

CIBERGRAFÍA

Aeropuertos vacíos, millones de aviones en tierra y pérdidas millonarias: el terrible año para la aviación del mundo. (2020, Diciembre 22). Miami. *CNN*. Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://cnnespanol.cnn.com/2020/12/22/aeropuertos-vacios-millones-de-aviones-en-tierra-y-perdidas-millonarias-el-terrible-ano-para-la-aviacion-en-el-mundo/>

Alfonso Arias, R. (2020, Marzo 16). Cuarentena en casa: 11 recomendaciones para lograr una buena convivencia en familia. Madrid. *El País*. Recuperado el 6 de junio de 2022 de https://elpais.com/elpais/2020/03/16/mamas_papas/1584340747_309038.html.

Alonso-González, M. (2020). El Coronavirus a través de los titulares de El Mundo y La Vanguardia. Madrid. *Revista de Comunicación y Salud*, 102, 503-524. Recuperado el 12 de mayo de 2022 de <https://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/195/192>

Arginaño, J.L., & Goikoetxea Bilbao, U. (2020). Análisis de los titulares y las fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del Coronavirus: protagonistas, frame y lenguaje bélico. Madrid. *Revista de Comunicación y Salud*, 10 (2), 1-23. Recuperado el 30 de abril de 2022 de <https://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/259/169>

Asociación de la Prensa de Madrid. (2020, Abril 29). Aparecen algunos síntomas de saturación informativa en el consumo de medios durante el confinamiento. Madrid. *APM*. Recuperado el 6 de julio de 2022 de <https://www.apmadrid.es/aparecen-algunos-sintomas-de-saturacion-informativa-en-el-consumo-de-medios-durante-el-confinamiento/>

Ayuso, S. & Pacho, L. (2021, Julio 25). Las protestas por las restricciones para contener la pandemia se extienden por el mundo. Madrid. *El País*. Recuperado el 3 de mayo de 2022 de <https://elpais.com/sociedad/2021-07-25/las-protestas-por-las-restricciones-para-contener-la-pandemia-se-extienden-por-el-mundo.html>

Banco Mundial (2020, Junio 8). La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial. Nueva York. BM. Recuperado el 2 de abril de 2022 de <https://www.bancomundial.org/es/news/press->

[release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii](https://www.elpais.com/verne/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii)

Barragán, A. & Rodríguez, D. (2020, Abril 15). “Me gritaron *traes el Covid* y me escupieron”, las enfermeras en México sufren ataques por miedo al contagio. Madrid. *El País*. Recuperado el 9 de agosto de 2022 de https://verne.elpais.com/verne/2020/04/13/mexico/1586810735_002679.html

Bettiza, S. (2020, Marzo 29). Coronavirus: el drama de los entierros sin familia en Italia en medio de la pandemia del Covid-1”. Londres. *BBC News*. Recuperado el 9 de marzo de 2022 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52022690>

Bravo, E. (2019, Julio 20). ¿Verdadero o falso?: 13 teorías conspiratorias que se cree la gente. Madrid. *El País*. Recuperado el 8 de agosto de 2022 de https://elpais.com/elpais/2019/07/15/icon/1563182296_849004.html

Bravo Regidor, C. (2020, Junio 4). Comunicar la pandemia. CDMX. *Reforma*. Recuperado el 6 de julio de 2022 de https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?_rval=1&urlredirect=https://www.reforma.com/comunicar-la-pandemia-2020-06-04/op181375?referer=--7d616165662f3a3a6262623b727a7a7279703b767a783a--

Camhaji, E. & Lafuente, J. (2020, Febrero 28). México confirma el primer caso de Coronavirus en el país. Madrid. *El País*. Recuperado el 29 de abril de 2022 de https://elpais.com/sociedad/2020/02/28/actualidad/1582897294_203408.html

Cerrillo, A. (2020, Marzo 24). La fauna recoloniza la ciudad ante el confinamiento por el Coronavirus. Barcelona. *La Vanguardia*. Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://www.lavanguardia.com/natural/20200324/4874402309/animales-ciudades-confinamiento-imagenes-curiosas.html>

Cómo los animales están ayudando a los científicos a desarrollar vacunas contra Covid-19. (2020, Junio 4). Los Ángeles. *Los Angeles Times*. Recuperado el 12 de mayo de 2022 de <https://www.latimes.com/espanol/articulo/2020-06-04/como-los-animales-estan-ayudando-a-los-cientificos-a-desarrollar-vacunas-contra-covid-19>

¿Cómo prepararse para el Coronavirus? (2020, Febrero 26). CDMX. *Reforma*. Recuperado el 15 de marzo de 2022 de https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?_rval=1&urlredirect=https://www.reforma.com/como-prepararse-para-la-nueva-ola-de-covid-19/ar2379296?referer=--7d616165662f3a3a6262623b727a7a7279703b767a783a--

Cómo usar correctamente el tapabocas, la única herramienta eficaz contra el Covid-19 hasta ser vacunados. (2021, Enero 8). Buenos Aires. *Infobae*. Recuperado el 12 de mayo de 2022 de <https://www.infobae.com/tendencias/2021/01/08/como-usar-correctamente-el-tapabocas-la-unica-herramienta-eficaz-contr-el-covid-19-hasta-ser-vacunados/>

Coronavirus, osos, ciervos, jabalíes, coyotes... los animales invaden las ciudades en cuarentena. (2020, Marzo 24). Buenos Aires. *Clarín*. Recuperado el 13 de abril de 2022 de https://www.clarin.com/viste/coronavirus-osos-ciervos-jabalies-coyotes-animales-invaden-ciudades-cuarentena_0_Zqr4U3wpA.html

Coronavirus: 5 actividades que puedes hacer en casa para mantenerte en forma durante el confinamiento por el Covid-19. (2020, Abril 3). Londres. *BBC News*. Recuperado el 30 de mayo de 2022 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52042625>

Cuarentena por Coronavirus: qué hacer en casa además de mirar Netflix. (2020, Abril 13). Buenos Aires. *El Cronista*. Recuperado el 2 de abril de 2022 de <https://www.cronista.com/clase/trendy/Cuarentena-por-coronavirus-que-hacer-en-casa-ademas-de-mirar-Netflix-20200313-0002.html>

Denuncian Consorcios ante la Justicia por los escraches a los médicos. (2020, Abril 2). Buenos Aires. *La Nación*. Recuperado el 4 de mayo de 2022 de <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/coronavirus-argentina-vecinos-escrachan-amenazan-profesionales-salud-nid2350006/>

Efectos de la pandemia – Aeropuertos fantasmas y aviones vacíos. (2020, Abril 3). Buenos Aires. *Clarín*. Recuperado el 17 de junio de 2022 de https://www.clarin.com/internacional/estados-unidos/aeropuertos-fantasma-aviones-vacios-revelaciones-tripulante-bordo-sigue-trabajando-pesar-coronavirus_0_q9wugT0QA.html

“Estamos lejos de ganar la guerra contra la Covid-19”, dice Biden. (2021, Marzo 29). Zurich. *Swissinfo*. Recuperado el 8 de mayo de 2022 de <https://www.swissinfo.ch/spa/-estamos-lejos-de-ganar-la-guerra-contra-el-covid-19--dice-biden/46490186>

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. (2021). Información sobre vacunas y campañas de vacunación: entre la geopolítica, las polémicas y la esperanza del fin de la pandemia. Buenos Aires. Flacso. Recuperado el 3 de abril de 2022 de <https://www.fundacionmedife.com.ar/sites/default/files/2021-10/Informe%20-%20Informaci%C3%B3n%20sobre%20vacunas%20y%20campa%C3%B1as%20de%20vacunaci%C3%B3n%20contra%20el%20COVID-19.pdf>

Feierstein, D. (2020, Marzo 16). El desafío para las ciencias sociales en la Argentina de hoy. Buenos Aires. *Página 12*. Recuperado el 23 de julio de 2022 de <https://www.pagina12.com.ar/253168-el-desafio-para-las-ciencias-sociales-en-la-argentina-de-hoy>

Frieden, T. (2022, Marzo 24). ¿La nueva ola de la Covid-19 está por comenzar? Nueva York. *The New York Times*. Recuperado el 2 de julio de 2022 de <https://www.nytimes.com/es/2022/03/23/espanol/opinion/covid-omicron-ba2.html>

Galarza-Molina, R., & Muñiz, C. (2021). La creencia en fake news y su rol en el acatamiento contra Covid-19 en México. CDMX. *Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 3 de abril de 2022 de <https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.01>

Galinsky, P. (2020, Marzo 3). Confirmaron el primer caso de Coronavirus en Argentina: trasladaron el paciente a otra clínica. Buenos Aires. *Clarín*. Recuperado el 6 de agosto de 2022 de https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-confirmaron-primer-caso-argentina-espera-conferencia-gobierno_0_awnwywhZX.html

Haya, P. (2020). ¿Cómo se viralizan las noticias falsas? Algoritmos y bots sociales. *Instituto de Ingeniería del Conocimiento*. Madrid. IIC. Recuperado el 12 de mayo de 2022 de <https://www.iic.uam.es/innovacion/como-se-viralizan-noticias-falsas-algoritmos-bots-sociales/>

Infodemia: el exceso de información por la pandemia genera sobrecarga mental. (2021, Mayo 20). Londres. *Kaspersky Daily*. Recuperado el 14 de mayo de 2022 de <https://latam.kaspersky.com/blog/efecto-infodemia-el-exceso-de-informacion-durante-la-pandemia-ha-generado-la-sobrecarga-y-el-apagon-mental/21944/>

Jabalíes, corzos y osos por la ciudad... Los animales se mudan en plena cuarentena. (2020, Abril 14). Madrid. *El Confidencial*. Recuperado el 7 de agosto de 2022 de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/ciencia/2020-04-14/jabalies-corzos-osos-ciudad-animales-silvestres-ciudad-cuarentena-coronavirus-jumanji_2546704/

Jara, F. (2022, Abril 21). Crónicas de una abstinencia: 30 días sin redes sociales ni whatsapp: el experimento de una psicóloga y un resultado sorprendente. Buenos Aires. *Infobae*. Recuperado el 8 de mayo de 2022 de <https://www.infobae.com/sociedad/2022/04/21/30-dias-sin-redes-sociales-ni-whatsapp-el-experimento-de-una-psicologa-y-un-resultado-sorprendente/>

Kapuzcinski, R. (2015). Ser periodista implica entender el mundo. CDMX. *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado el 7 de agosto de 2022 de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/1999/07/01/kapuscinski-ser-periodista-implica-entender-el-mundo/>

Kohan, M. (2020, Marzo). Había una vez un cuerpo. Buenos Aires. *Centro Cultural Kirchner*. Recuperado el 13 de abril de 2022 de <https://cck.gob.ar/episodio-2-habia-una-vez-un-cuerpo-por-martin-kohan/9127/>

Kohan, M. (2022, Mayo 5). Una aceleración. Buenos Aires. *Perfil*. Recuperado el 8 de mayo de 2022 de <https://www.perfil.com/noticias/columnistas/una-aceleracion.phtml>

La FAPE hace un llamamiento a los medios para que informen con “rigor” sobre el virus. (2020, Febrero 26). Madrid. *Europa Press*. Recuperado el 2 de agosto de 2022 de <https://www.lavanguardia.com/vida/20200226/473795626013/coronavirus--la-fape-hace-un-llamamiento-a-los-medios-para-que-informen-con-rigor-sobre-el-virus.html>

Las primeras pruebas de una vacuna china contra el Covid-19 dan resultados positivos. (2020, Mayo 22). Madrid. *RTVE*. Recuperado el 8 de junio de 2022 de <https://www.rtve.es/noticias/20200522/primeras-pruebas-vacuna-china-contra-covid-19-dan-resultados-positivos/2014687.shtml>.

Marcos, J. (2020, Abril 12). Sánchez dice que el confinamiento no se frena y avisa al PP: “Nadie puede ganar solo esta guerra”. Madrid. *El País*. Recuperado el 21 de agosto de 2022 de <https://elpais.com/espana/2020-04-12/sanchez-dice-que-el-confinamiento-no-se-frena-y-avisa-al-pp-nadie-puede-ganar-solo-esta-guerra.html>

Martin Becerra: “Esta pandemia incrementó de manera inédita la necesidad social de información, lo que no se traduce en mayor credibilidad para los medios”. (2020, Diciembre 7). Buenos Aires. *Unne Medios*. Recuperado el 9 de junio de 2022 de <https://medios.unne.edu.ar/2020/12/07/martin-becerra-esta-pandemia-incremento-de-manera-inedita-la-necesidad-social-de-informacion-lo-que-no-se-traduce-en-mayor-credibilidad-para-los-medios/>

Massot, J. (2019, Febrero 18). Franco Berardi: “El problema es cómo la pantalla se ha apoderado del cerebro”. Madrid. *El País*. Recuperado el 5 de julio de 2022 de https://elpais.com/cultura/2019/02/18/actualidad/1550504419_263711.html

Menéndez, C. (2020, Noviembre 6). Protesta en Londres contra el confinamiento mientras la Covid se apodera de Europa. Madrid. *EuroNews*. Recuperado el 22 de agosto de 2022 de <https://es.euronews.com/2020/11/06/protesta-en-londres-contra-el-confinamiento-mientras-la-covid-se-apodera-de-europa>

México ha registrado 47 atentados contra personal médico que atiende el Covid-19. (2020, Abril 29). Buenos Aires. *Infobae*. Recuperado el 10 de mayo de 2022 de <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/04/29/mexico-ha-registrado-47-atentados-contra-personal-medico-que-atiende-el-covid-19/>

Moix Queraltó, J. (2012, Enero 8). Saturados de información. Madrid. *El País*. Recuperado el 28 de agosto de 2022 de https://elpais.com/diario/2012/01/08/eps/1326007611_850215.html

Monedero, J.C. (2022, Mayo 1). El desorden político del neoliberalismo: renovar el contrato social. Barcelona. *Público*. Recuperado el 13 de junio de 2022 de <https://blogs.publico.es/juan-carlos-monedero/2022/05/01/el-desorden-politico-del-neoliberalismo-renovar-el-contrato-social/>

Nuevas protestas en Argentina contra el Gobierno y el confinamiento. (2020, Octubre 13). Madrid. *DW*. Recuperado el 15 de junio de 2022 de <https://www.dw.com/es/nuevas-protestas-en-argentina-contra-el-gobierno-y-el-confinamiento/a-55251382>

Organización Panamericana de la Salud. (2020). Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la Covid-19. Nueva York. *OPS*. Recuperado el 3 de abril de 2022 de https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?sequence=16

Plitt, L. (2020, Noviembre 2). Por qué la pandemia de Covid-19 ha dado lugar a tantas teorías conspirativas que ponen en riesgo la batalla contra el Coronavirus. Londres. *BBC News*. Recuperado el 5 de mayo de 2022 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54706193>

Pont, E. (2020, Febrero 11). Coronavirus, ¿un pretexto para la discriminación? Barcelona. *La Vanguardia*. Recuperado el 13 de agosto de 2022 de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200211/473310578490/coronavirus-desinformacion-xenofobia-discriminacion.html>

¿Qué acciones deben tomar los periodistas ante la saturación de información? (2019, Agosto 9). Bogotá. *Fundación Gabo*. Recuperado el 9 de agosto de 2022 de <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/2100>

Ranzani, O. (2020, Marzo 9). Coronavirus: cómo los medios fomentan la paranoia. Buenos Aires. *Página 12*. Recuperado el 27 de mayo de 2022 de <https://www.pagina12.com.ar/251778-coronavirus-como-los-medios-fomentan-la-paranoia>

Reuters Institute. (2020, Abril 18). Navegando la “infodemia”: así consume y califica las noticias y la información sobre el coronavirus la gente en seis países. *Academia Accelerating the world's research*. Londres. Reuters. Recuperado el 4 de agosto de 2022 de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/navegando-la-infodemia-asi-consume-noticias-e-informacion-sobre-coronavirus-espana-argentina-otros-paises>

- Rodríguez, D. (2020, Agosto 7). "No pensé que no volvería a verlo": los duelos sin despedida en México. Madrid. *El País*. Recuperado el 2 de julio de 2022 de https://verne.elpais.com/verne/2020/08/06/mexico/1596691730_253472.html
- Rodríguez, V. (2020, Marzo 25). ¿Hay que limpiar los productos que compramos en el súper? Dudas caseras sobre el Coronavirus. Madrid. *ElDiario.es*. Recuperado el 19 de julio de 2022 de https://www.eldiario.es/sociedad/limpiar-compra-super-coronavirus-desinfectar_1_1006365.html
- Ruiz Berdún, D. (2020, Abril 11). Paralelismos bélicos: la crisis del Coronavirus y la Guerra Civil. Madrid. *The Conversation*. Recuperado el 12 de agosto de 2022 de <https://theconversation.com/paralelismos-belicos-la-tesis-del-coronavirus-y-la-guerra-civil-135912>
- Sardiña, M. (2020, Marzo 16). "Estamos en guerra sanitaria": Macron anuncia medidas para enfrentar la Covid-19. Paris. *France 24*. Recuperado el 3 de marzo de 2022 de <https://www.france24.com/es/20200316-macron-francia-coronavirus-medidas-guerra-sanitaria>
- Sepúlveda, P. (2020, Junio 26). El privilegio de la desconexión ¿Es posible desconectarse en cuarentena? Santiago. *La Tercera*. Recuperado el 12 de junio de 2022 de <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/el-privilegio-de-la-desconexion-es-posible-desconectarse-en-cuarentena/BHY3R75ZSJHPDAKFHOCIT5AFBE/>
- Strengthening mental health responses to COVID-19 in the Americas: A health policy analysis and recommendations. (2022, Enero). San Pablo. *The Lancet*. Recuperado el 9 de julio de 2022 de [https://www.thelancet.com/journals/lanam/article/PIIS2667-193X\(21\)00114-9/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lanam/article/PIIS2667-193X(21)00114-9/fulltext)
- Suecia le avisa al mundo: no hay señales de que inmunidad de rebaño contenga la pandemia. (2020, Noviembre 25). CDMX. *El Financiero*. Recuperado el 9 de agosto de 2022 de <https://www.elfinanciero.com.mx/salud/suecia-le-avisa-al-mundo-no-hay-senales-de-que-inmunidad-de-rebano-contenga-la-pandemia/>
- Tavernisi, S. (2020, Marzo 23). Les escupen, les gritan, los atacan: los chinoestadounidenses temen por su seguridad. Nueva York. *The New York Times*. Recuperado el 3 de junio de 2022 de <https://www.nytimes.com/es/2020/03/23/espanol/mundo/coronavirus-racismo.html>

Una ballena fue captada en medio de la bahía de Acapulco libre de gente y embarcaciones por Coronavirus. (2020, Abril 1). Buenos Aires. *Infobae*. Recuperado el 15 de junio de 2022 de <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/04/01/una-ballena-fue-captada-en-medio-de-la-bahia-de-acapulco-libre-de-gente-y-embarcaciones-por-coronavirus/>

Valdés, I. (2020, Julio 4). La avalancha que asfixia a los hospitales. Madrid. *El País*. Recuperado el 6 de agosto de 2022 de <https://elpais.com/especiales/coronavirus-covid-19/la-avalancha-que-asfixio-a-los-hospitales/>

World Health Organization. (2004). Sixth Futures Forum on crisis communication. WHO. Nueva York. WHO. Recuperado el 3 de agosto de 2022 de https://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0004/90535/E85056.pdf

Zimmer, C. (2020, Octubre, 14). La primera vacuna no será la solución a la pandemia. Nueva York. *The New York Times*. Recuperado el 12 de marzo de 2022 de <https://www.nytimes.com/es/2020/10/14/espanol/ciencia-y-tecnologia/vacuna-covid.html#:~:text=Resulta%20tentador%20considerar%20la%20primera,en%20una%20conferencia%20de%20prensa>

@Reforma. (2020, Febrero 28). #LoUltimo: Se confirma el primer caso de Coronavirus en México (...). CDMX. *Reforma*. Recuperado el 2 de junio de 2022 de <https://twitter.com/reforma/status/1233382398089256962>



ANEXO

PERIODISMO Y REDES SOCIALES EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

CUESTIONARIO – MODELO ENTREVISTA

Antes de comenzar a responder quiero agradecer infinitamente tu ayuda. En todos los casos que se produzcan respuestas afirmativas o negativas podría argumentar para así enriquecer la respuesta. Le recuerdo que el fin de este cuestionario es finalizar mi proyecto de reportaje para titulación. Finalmente, encontrará 3 subtemas dentro del cuestionario. ¡Mil gracias!

Nombre:

Ocupación, cargo y compañía donde trabaja:

Edad:

Rol de los medios, sobresaturación informativa y tipos de consumo:

- ¿Cómo evalúa el rol de los medios durante la crisis de Coronavirus?
¿Fueron constructivos, aportaron claridad, estuvieron a la altura de las circunstancias? ¿O por el contrario terminaron por generar más confusión?
- ¿Durante la pandemia considera que dedicó más tiempo personal al consumo de noticias? ¿Cuánto más?
- ¿A través de qué medios (incluidas redes sociales) preferentemente eligió informarse sobre el tema?
- ¿El confinamiento modificó en algo sus hábitos tradicionales de consumo al momento de buscar información?
- ¿En algún momento de la pandemia tuvo la sensación de encontrarse ante una situación de sobresaturación informativa? ¿Llegó a sentir

agobio o *frustración* ante el tsunami constante de información? En caso de que esto haya ocurrido, ¿hizo algo para atenuar o revertir esta sensación?

- ¿Qué cosas cambiaría de los medios de comunicación en general y del periodismo en particular, especialmente a la luz de la cobertura realizada sobre el tema Coronavirus?
- ¿Considera que en líneas generales las medidas de prevención contra la Covid-19 fueron comunicadas de modo claro o, por el contrario, cree que en ese proceso hubo fallas o cuestiones por mejorar y corregir? Y en todo caso, ¿podría identificar cuáles fueron esas fallas?
- Ante los riesgos que supuso el Coronavirus considera que los medios informaron con objetividad o, por el contrario, exageraron y fueron propensos al alarmismo.
- Viendo las cosas ahora con algo más de distancia ¿qué fue lo más duro de la etapa de confinamiento?

Nuevas tecnologías:

- ¿Siente que el uso de las nuevas tecnologías se ha transformado en una suerte de práctica adictiva a la que cada vez más cuesta resistirse?
- ¿Se imagina hoy vivir sin redes sociales? ¿Cómo cree que sería ese mundo?
- ¿Qué fue lo mejor y lo peor de las redes sociales en función de lo vivido con el Coronavirus?
- ¿Hasta qué punto las redes sociales sirvieron para atenuar los efectos contraproducentes de la etapa de mayor aislamiento?
- ¿Cree necesaria la propuesta de encarar una suerte de *pedagogía sobre el uso seguro de las nuevas tecnologías*? ¿Qué implicancias

tendría esto, por ejemplo, en una cuestión tan sensible como el uso de datos personales?

- ¿Qué impacto cree que tienen hoy los algoritmos en el modo en que nos informamos y en la bajada editorial de aquellas noticias que consumimos?

Fake news

- Cuando se encuentra ante una determinada información ¿suele preguntarse si esta puede ser falsa o de dudosa procedencia?
- Y en caso de que esto suceda ¿cómo intenta comprobar su veracidad?
- Cuando descubre que un medio difunde una noticia falsa, qué actitud adopta de allí en más: ¿lo sigue consumiendo o lo deja de lado?
- ¿El fenómeno de las fake news tiene vuelta atrás o considera que con el paso del tiempo se agravará todavía más?
- ¿Qué intereses (políticos, ideológicos o comerciales, por ejemplo) cree que se esconden detrás de las noticias falsas?
- ¿La sociedad en general cuenta hoy con herramientas suficientes para defenderse de las fake news?
- ¿Es posible encontrar una solución colectiva a esta problemática en lugar de depender de las acciones particulares de cada individuo?
- ¿Suele compartir información a través de las redes sociales? Si esto fuera así, ¿le genera confianza la procedencia de los contenidos viralizados?
- ¿Qué elementos o cuestiones suele priorizar al momento de consumir noticias? Por ejemplo: renombre del medio, trayectoria del periodista que la comunica, etc.

- ¿Qué deberían hacer los medios para combatir la proliferación de fake news?
- ¿Cree posible fijar un marco regulatorio que sirva para luchar contra las fake news sin que esto suponga un recorte a la libertad de expresión?

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Un mercado de vida silvestre en Wuhan	Pág. 7
Figura 2. Covid: Los riesgos de la saturación informativa	Pág. 35
Figura 3. Fake news about COVID-19 is spreading faster	Pág. 56
Figura 4. Noticia	Pág. 71
Figura 5. El periodismo, ¿víctima de la pandemia?	Pág. 85
Figura 6. Formulario para ofendidos en redes sociales	Pág. 94
Figura 7. Remembering the 100,000 Lives Lost to Coronavirus	Pág. 97