

## DOSIER

*Mónica Cohendoz*<sup>1</sup>



### **APOSTILLAS A LA COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA**

### **NOTES ON COMMUNICATION IN TIMES OF PANDEMIC**

---

<sup>1</sup> Observatorio de Medios, Ciudadanía y Democracia. Facultad de Ciencia Sociales, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (FACSO – UNICEN). Av. Del Valle 5737, Complejo Universitario, Olavarría (7400), Buenos Aires, Argentina. mcohendoz@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud (OMS) realizó la Primera Conferencia sobre Infodemiología (ciencia de gestionar infodemias) el 29 de junio del 2020 porque:

En el contexto de la pandemia de COVID-19, el fenómeno de la «infodemia» ha llegado a un grado tal de paroxismo que se requiere una respuesta coordinada. Una infodemia es una sobreabundancia de información -que puede ser correcta o no- durante una epidemia. Ello hace que sea difícil encontrar fuentes fiables y orientaciones fidedignas cuando se necesitan. Incluso cuando se tiene acceso a información de calidad, sigue habiendo obstáculos que deben superarse para adoptar las medidas recomendadas. Al igual que los patógenos en las epidemias, la información errónea se propaga cada vez más y a mayor velocidad y añade complejidad a la respuesta a las emergencias sanitarias.<sup>2</sup>

La gestión de la información es estratégica para la salud pública, esta evidencia requiere comprender cómo los procesos comunicacionales configuran “la sociedad de riesgo” y nos lleva a interrogarnos cómo construimos socialmente “la pandemia”, ya que la experiencia del COVID-19 es un problema social, calificado como “desastre” por la magnitud del riesgo generado a escala mundial (la “Sociología de los desastres” proporcionó definiciones que ayudan a distinguir entre accidentes, emergencias, desastres y catástrofes). En esta construcción del drama social de la pandemia los medios han sido el escenario clave para visibilizar este “evento crítico” (Pride, 1985); pusieron en escena creencias, emociones, acerca de COVID-19 y disputaron los sentidos dominantes sobre su proceso cuya intensidad emocional involucra tanto la información sobre la situación como cuestiones complejas (Fig. 1).

## EL RIESGO COMO CONTEXTO MATERIAL, SIMBÓLICO Y EMOCIONAL

La pandemia del Covid-19 nos ha llevado a experimentar el riesgo como experiencia histórica mediada por la circulación de información acerca

---

<sup>2</sup> <https://www.who.int/es/news-room/events/detail/2020/06/30/default-calendar/1st-who-infodemiology-conference>

de la misma. El sociólogo alemán Ulrich Beck en 1992 explicó cómo eran las sociedades de riesgo en nuestra época del capitalismo tardío.

La sociedad de riesgo es según Beck (1992) la que emerge con el accidente de la Central Atómica Chernobyl. Luego de ese evento, la percepción acerca de los riesgos sufrió una notable transformación, la seguridad social pasó a ser el gran problema: prever lo que nos sucedería era y es una cuestión clave, tanto política como económica y cultural.

La previsibilidad del riesgo y sus posibilidades de afrontarlo eran cuestiones vinculadas con la distribución de la riqueza, básicamente con la clase social. Pero el desarrollo productivo de nuestra época provoca, una nueva percepción del riesgo de tipo colectivo y catastrófico, ajeno a las posibilidades del sujeto. En efecto, el autor sugiere que el quiebre ha dado origen a una sociedad del riesgo, la cual, en oposición con la sociedad de la riqueza, reparte riesgos entre ricos y pobres, la clase social ya no es lo único que determina los sufrimientos.

Beck considera que la percepción del riesgo se encuentra vinculada a una necesidad de consumo. Por ende, no rompe de ninguna manera el desarrollo capitalista, sino que lo expande. A la lógica de la apropiación se le impone su contrario, la negación. Por ese motivo, los daños colaterales del consumo excesivo y no sustentable son negados, puestos en duda o censurados por los grupos privilegiados que sustentan dichas prácticas y finalmente por toda la población. No obstante, en tanto efectos reales, la globalización y generalización de las responsabilidades exige a quienes tienen control directo de los medios y modos de producción. La sociedad del riesgo tiende a evitar lo peor; en otros términos, la demanda de participación se reemplaza por la demanda de protección, dando origen a la comunidad del miedo. La opinión pública apela a la información ante el temor a la catástrofe y no percibe su responsabilidad en la construcción del pánico tanto en su dimensión simbólica como material, lo que provoca un clima emocional de temor ante las situaciones dramáticas.

La amenaza del virus repercute en el consumo de información de cualquier tipo (científica, o pseudocientífica como las *fake news*) y emerge la infodemia como problema social.

La infodemia es un tema tanto del tratamiento periodístico como un síntoma de nuestros tiempos en el cual las redes sociales han instalado las condiciones de posibilidad de acceso de la opinión pública en una sociedad de riesgo. La vulnerabilidad que acecha a la población provoca

que los medios de comunicación sean actores fundamentales; el más evidente es la incertidumbre de la sociedad de riesgo que lleva a blindarse con tácticas de resiliencia: consumir información, aislamiento social, barbijos, alcohol en gel para disminuir el impacto de la catástrofe. El consumo de información está condicionado por la necesidad de reducir la amenaza y la mortalidad al mínimo.

La incertidumbre asociada a la pandemia provocó aumentos en la demanda informativa (Casero-Ripollés, 2020; Masip *et al.*, 2020; Muñiz, 2020) y la actividad mediática -producción y circulación de noticias- impactó en el ejercicio democrático en tanto se incrementó en la opinión pública el interés por el tópico -no sólo en términos de conocimientos sino de dominio simbólico- es decir, llegar a la verdad. Evaluar la realidad se dirime como cuestión científica atravesada tanto por el saber experto como por el sentido común. Pablo Kreimer (2011) sostiene que las “ficciones científicas” están determinadas tanto por conocimientos específicos de la disciplina como por diversos factores complejos dependientes de procesos sociales de mediación que estabilizan y naturalizan los conocimientos como creencias y operan en la credibilidad de la información sobre la enfermedad.

El ciclo noticioso de la pandemia fue muy largo: durante el primer mes de cuarentena, 9 de cada 10 noticias eran sobre COVID-19. Eso fue bajando, pero no menos de 6 o 7; en el momento del pico en Buenos Aires, la cobertura bajó, producto de la aparición en agenda de otros temas de interés general, como la expropiación de Vicentín (Zunino Esteban, 2020). Comenzó a aparecer otros tópicos que desplazaron la atención hacia conflictos en torno a la gestión de las políticas de salud (fases, protocolos de apertura, vacunas, etc.). Son “hechos noticiosos” que tuercen el centro de la cobertura, de ser una cuestión de salud pasa a ser un tema ideológico: acusaciones, manifestaciones de la oposición, conflictos dentro del gabinete presidencial (Waisbord, 2010). Estos eventos van a pasar a dominar la cobertura y la infodemia se disipará.

## LA ESCENA MEDIÁTICA EN TIEMPOS DE COVID-19

### LOS MEDIOS “TRADICIONALES” VUELVEN

Las investigaciones realizadas durante la pandemia COVID-19 presentan la emergencia de importantes novedades como el resurgimiento del protagonismo de los medios tradicionales, especialmente de la televisión,

y la reconexión a las noticias de los ciudadanos más alejados de la información.

La televisión vuelve a la escena familiar en tanto garantiza el contacto, es decir, interpela a sus audiencias con procedimientos para los cuales el cuerpo significativo y la economía de la mirada (Verón, 1992) son estrategias autenticantes: el o la periodista reconocidos, o expertos y expertas dando información acerca de la pandemia producen efectos de participación directa en la construcción de sentidos sociales sobre el acontecimiento. La opinión pública opera en épocas de democracias desde la escena mediática para intervenir en los asuntos de interés común como la pandemia y hace del medio una “interface” en tanto se constituye en un modo de participación activa en la semiosis social. Las audiencias operan desde una dinámica cuya actividad se configura no tanto en la dicotomía información /desinformación sino ante las posibilidades participativas.

Las primeras semanas, la demanda de información sobre la enfermedad nueva en las plataformas aumentó muchísimo, creció el 30 % el rating en televisión y los medios digitales llegaron a su pico histórico de lectura. Con ello se han reducido, en parte, las desigualdades existentes respecto al consumo de noticias entre los ciudadanos.

Sin embargo, cuando revisamos las características de la cobertura informativa nos encontramos con que los medios contribuyen, cuando no crean, percepciones de riesgo basadas en un tratamiento deficiente de la información, tal como afirma la investigadora María Soledad Segura (2020):

Buena parte de las coberturas son espectacularizantes, sensacionalistas, centradas en casos individuales particularmente desesperantes, acompañados de musicalización y zócalos o títulos que incrementan el dramatismo de la narración y de imágenes especialmente impactantes; con la actualización de datos de transmisión del virus y muertes día a día, junto con gráficos que expresan esos datos; casos y datos descontextualizados y abordados con enfoques moralizantes (p. 56).

### ***LAS REDES LIDERAN***

La sobreinformación, sumado a la divulgación de informaciones deliberadamente falsas se ha convertido en un problema sanitario. Asuntos como el rechazo al uso de vacunas, el origen del virus o la defensa de la

efectividad médica del dióxido de cloro han sido objeto de campañas de desinformación en las redes sociales (un equipo de científicos y científicas del CONICET desmintió más de cien *fake news* sobre coronavirus). Para Brenda Focás (2020):

La exposición constante a noticias de riesgos y miedos profundizan sensaciones de victimización, de malestar y de vulnerabilidad personal. Los medios promueven así una victimización indirecta, es decir, la percepción de que podemos ser las próximas víctimas, en este caso, de un virus. El límite entre el miedo representado y el miedo experimentado se vuelve difuso.<sup>3</sup>

El factor subjetivo emerge como “sesgo de confirmación”, que conduce a creer tan solo a aquella información que confirma sus prejuicios, descartando argumentos y evidencias que desafían su pensamiento previo. Para Focás: “incluso la proliferación de memes, videos, y bromas equilibran la dimensión emocional (provocan risas), pero fortaleciendo el sentido común, tanto del público como del periodismo”. Un ejemplo del poder de las noticias falsas fue el reporte en *The Epoch Times*, donde se acusa al Partido Comunista chino de ocultar que el coronavirus se filtró de un laboratorio de Wuhan, que no es muy distinto a otro informe titulado “ADN confirma que el virus fue creado en laboratorios de Estados Unidos”, publicado en YouTube uno de los más compartidos por los transeúntes virtuales, necesitados de darse una explicación rápida y contundente frente a tamaña incertidumbre.

#### *LAS POLÍTICAS PÚBLICAS REGULAN*

La regulación de la circulación de la información por las políticas públicas se da a través de leyes y protocolos que buscan incidir en la difusión responsable. María Soledad Segura (2020) detalla las mismas:

La Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) publicaron criterios de coberturas responsables en estas situaciones. En nuestro país el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) y la Defensoría del Público

---

<sup>3</sup> <https://www.pagina12.com.ar/256408-cuanta-informacion-somoscapaces-de-soporta>

de Servicios de Comunicación Audiovisual han formulado recomendaciones que están basadas en la normativa existente en Argentina: la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 y la Ley 25926 de Radiodifusión de Temas Relacionados con la Salud de 2004, y la Secretaría de Medios y Comunicación Pública y el Ministerio de Salud de la Nación brindaron una capacitación en el mismo sentido. Organizaciones de periodistas como la Red Internacional de Periodistas y el Foro de Periodistas de Argentina (FOPEA) también difundieron orientaciones (p. 56).

Un “desorden informativo” (Newman, 2018) provoca un clima complejo en el cual el riesgo se transforma en una red de discursos sobre la pandemia que muchos ciudadanos perciben como poco confiables pero necesarios para inscribirse en esta experiencia social. Los medios construyen sus agendas sobre el COVID-19 activando de modo complejo tanto intereses políticos, como económicos y comunitarios. El poder de esta agenda se articula con la agenda política y pública.

Las noticias falsas operan desinformando como sucedió el 28 de mayo cuando Clarin.com y A24 mostraron un video en el que se veía a la dirigente social Milagro Sala bailando con otras personas. El contenido audiovisual fue compartido como “El baile de Milagro Sala en plena cuarentena” y generó indignación en gran parte de la sociedad. Más de 130 mil personas lo vieron en Facebook. El video es real pero no ocurrió en el marco de la cuarentena, sino que fue en diciembre del año pasado, la protagonista lo desmintió en una entrevista con Víctor Hugo Morales en AM 750. El impacto de la desinformación no fue más allá de la operación política para deslegitimar a Milagro Sala ya que el poder de las *fake news* es relativo. Una investigación de la agencia argentina *Solo Comunicación* (2019) muestra que

(...) el 61% de los entrevistados manifiesta chequear la veracidad de la información de actualidad que ve en portales de Internet, pero el 26% dice no hacerlo. Una vez enterados de la eventual falsedad de una información que circula, casi la mitad (48%) decide ignorarla. Además, el 34% de los entrevistados dice no chequear la veracidad de la información compartida por WhatsApp. Incluso, el 21% manifiesta haber compartido información de la que luego se enteró de su falsedad (Dolores Pagani, 2019).

El diálogo social en tiempos de Pandemia no pudo ponerse en una burbuja para focalizar solo los intereses relacionados con el bienestar y la salud. Para que la infodemia no contagie con desinformación, debemos comprender que el engaño no es solo una cuestión de medios sino un problema social. La comunicación mediatiza el acontecimiento, en tanto demandar y producir información sobre el virus son derechos civiles.

Figura 1



## BIBLIOGRAFÍA

Beck, Ulrich. (1992). *The risk society: Towards a new modernity*. London: Sage.

Calvo, Ernesto y Aruguete, Natalia. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Casero-Ripollés, Andreu. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29 (2), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23> (Acceso: 17 de octubre, 2020).

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. (2020). Recomendaciones para la cobertura de la pandemia COVID-19. Buenos Aires, <https://defensadelpublico.gob.ar/recomendaciones-para-la-cobertura-de-la-pandemia-covid-19/> (Acceso: 3 de noviembre, 2020).

Kreimer, Pablo. (2011) Desarmando ficciones. Problemas sociales-problemas de conocimiento en América Latina. En A. Arellano y P. Kreimer (Eds.), *Estudio social de la ciencia y la tecnología desde América Latina* (pp. 127-165). Bogotá: Siglo del Hombre.

Koziner, Nadia. (2020). La Cuarentena, los medios y la libertad. *Letra P*, 2 de junio de 2020.

<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-6-2-17-15-0-la-cuarentena-los-medios-y-la-libertad> (Acceso: 07 de noviembre, 2020).

Focás Brenda. (2020). ¿Cuánta información somos capaces de soportar? *Página 12*, 31 de marzo de 2020. <https://www.pagina12.com.ar/256408-cuanta-informacion-somoscapaces-de-soporta> (Acceso: 9 de octubre, 2020).

Gusfield, Joseph. (1981). *The Culture of Public Problems. Drinking-Driving and the Symbolic Order*. Chicago: The University of Chicago Press.

Newman, Nic; Kalogeropoulos, Antonis; Levy, David L. y Nielsen, Rasmus K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford: Instituto de Reuters para el estudio del periodismo.

- Pagani, Dolores (2019). Un tercio de los que reciben noticias falsas creen que son verdaderas. *Tiempo Argentino*, 30 de junio de 2019. <https://www.tiempoar.com.ar/nota/un-tercio-de-los-que-reciben-noticias-falsas-cree-que-son-verdaderas> (Acceso: 4 de noviembre, 2020).
- Pride, Richard A. (1995). How activists and media frame social problems: Critical events versus performance trends for schools. *Political Communication*, 12(1), 5-26.
- Observatorio de Medios. Informe del mes de Marzo, 2020. UNCuyo, Mendoza.
- Observatorio de Medios, Ciudadanía y Democracia. (2020) Disponible en: <https://voluntariadocovid.unicen.edu.ar/category/observatorio-de-medios/> (Acceso: 7 de noviembre, 2020).
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Primera Conferencia a de la OMS sobre Infodemiología*, <https://www.who.int/es/news-room/events/detail/2020/06/30/default-calendar/1st-who-infodemiology-conference> (Acceso:8 de octubre, 2020).
- Segura, María S. (2020). Con alerta pero sin pánico. El rol de los medios durante la pandemia. *Revista de la Facultad de Ciencias Médicas de Córdoba*, 77. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/med/article/view/28066> (Acceso: 8 de noviembre, 2020).
- Salaverría, Ramón; Buslón, Nataly; López-Pan, Fernando; León, Bienvenido; López-Goñi, Ignacio y Erviti, María-Carmen. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, 29(3), 1-15.
- Spada, Agustín. (2020). Medios en cuarentena. *Letra P*, 24 de marzo de 2020. <https://www.letrap.com.ar/nota/2020-3-24-14-50-0-medios-en-cuarentena> (Acceso: 21 de noviembre, 2020).

Verón, Eliseo. (1992). Interfaces sobre la democracia visual avanzada. En *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, pp. 124-139.

Waisbord Silvio (2012). Cuando la salud es titular: dengue, gripe AH1N1 y ciclos ‘mediático-epidémicos’. *Folios. Revista de la Facultad de Comunicaciones*, 3, 93-103. [https://www.academia.edu/3075038/CUANDO\\_LA\\_SALUD\\_ES\\_TITULAR\\_DENGUE\\_GRIPE\\_AH1N1\\_Y\\_CICLOS\\_MEDI%C3%81TICOS-EPID%C3%89MICOS](https://www.academia.edu/3075038/CUANDO_LA_SALUD_ES_TITULAR_DENGUE_GRIPE_AH1N1_Y_CICLOS_MEDI%C3%81TICOS-EPID%C3%89MICOS) (Acceso: 20 de agosto, 2020).

Zunino, Esteban y Arcangeletti, Antonella. (2020). La transmisión del virus. *Letra P*, 2 de abril de 2020. <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-4-2-15-52-0-la-transmision-del-viru> (Acceso: 20 de noviembre, 2020).

**Fecha de recepción:** 1 de diciembre de 2020

**Fecha de aceptación:** 10 de diciembre de 2020