

CON ALERTA PERO SIN PÁNICO. EL ROL DE LOS MEDIOS DURANTE LA PANDEMIA
ALERTED BUT NOT PANICKED. THE ROLE OF THE MEDIA DURING THE PANDEMIC
COM ALERTA MAS NÃO EM PÂNICO. O PAPEL DA MÍDIA DURANTE A PANDEMIA

María Soledad Segura¹.

1- Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias Sociales; Argentina. Email de contacto: maria.soledad.segura@unc.edu.ar.

Resumen:

Este artículo analiza la cobertura mediática del avance de la pandemia de Covid-19 en Argentina y la medida de aislamiento social preventivo y obligatorio decretada por el gobierno nacional. Destaca tendencias problemáticas y buenas prácticas según un enfoque teórico-normativo, y las vincula con las características históricas del sistema de medios en el país. Utiliza una perspectiva teórico-metodológica que concibe a la comunicación como un derecho humano fundamental, esencial en una sociedad democrática y a los medios de comunicación de masas como vehículo fundamental para su ejercicio, y se apoya en las recomendaciones formuladas por organismos internacionales, organizaciones de la sociedad civil e instituciones nacionales. Se sostiene que los medios de comunicación de masas en la Argentina tienen la oportunidad histórica de mostrar la relevancia de su aporte no sólo para que enfrenten esta coyuntura, sino también para que salgamos de ella como una sociedad mejor y más justa.

Keywords: medios de comunicación; pandemias; derechos humanos; democracia

Abstract:

This paper analyzes the media coverage of the advance of the Covid-19 pandemic in Argentina and the measure of preventive and obligatory social isolation decreed by the national government. It highlights problematic trends and good practices according to a theoretical and normative approach, and links them to the historical characteristics of the media system in the country. It uses a theoretical-methodological perspective that conceives communication as a fundamental human right, essential in a democratic society, and the mass media as a fundamental vehicle for its exercise, and is supported by the recommendations made by international agencies, civil society organizations and national institutions. The argument is that mass media in Argentina have the historical opportunity to show the relevance of their contribution not only to face this situation, but also to come out of it as a better and more just society.

Palabras clave: communications media; pandemics; human rights; democracy

Resumo

Este artigo analisa a cobertura mediática do avanço da pandemia da Covid-19 na Argentina e a medida do isolamento social preventivo e obrigatório decretado pelo governo nacional, destacando tendências problemáticas e boas práticas, e vinculando-as às características históricas do sistema midiático do país. Utiliza uma perspectiva teórico-metodológica que concebe a comunicação como um direito humano fundamental, essencial numa sociedade democrática, e os meios de comunicação de massas como um veículo fundamental para o seu exercício, e é apoiada por recomendações feitas por agências internacionais, organizações da sociedade civil e instituições nacionais. Mantém-se que os meios de comunicação social na Argentina têm a oportunidade histórica de mostrar a relevância da sua contribuição não só para enfrentar esta situação, mas também para sair dela como uma sociedade melhor e mais justa.

Palavras-chave: meios de comunicação; pandemias; direitos humanos; democracia

Recibido: 2020-03-31 Aceptado: 2019-03-31

DOI: <http://dx.doi.org/10.31053/1853.0605.v77.n1.28066>



© Universidad Nacional de Córdoba

Introducción

Vivimos una situación excepcional por el avance de la que denominan la primera pandemia global de la historia como también por la inédita medida de aislamiento social preventivo y obligatorio que dispuso el gobierno argentino en consonancia con gran parte de los gobiernos del mundo. En este contexto, la calidad del trabajo de los medios de comunicación de masas es crucial.

Así lo destacó el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus: "La evolución del brote del coronavirus dependerá de la medida en que se haga llegar la información correcta a la gente que lo necesita"⁽¹⁾. También lo entendió bien el presidente Alberto Fernández cuando en las conferencias de prensa sobre este tema pidió colaboración a las y los periodistas porque, como dijo, "Tenemos dos peleas que dar: una contra la pandemia y otra contra la sicosis"⁽²⁾ y también cuando convocó a una reunión a las y los empresarios de medios privados del país para solicitar su ayuda⁽³⁾.

Si bien ahora cada vez más gente se comunica a través de las redes sociales, el consumo de los medios llamados tradicionales sigue siendo alto en Argentina en todas las edades, regiones del país y niveles socioeconómicos: el 95,3% mira televisión y el 70% escucha radio de manera cotidiana⁽⁴⁾. Además, los medios como institución y sus periodistas y comunicadores más famosos son también enunciadores de autoridad en la jerarquía que se establece en las redes sociales⁽⁵⁾. Y en la primera semana de aislamiento obligatorio, esa audiencia de los medios de comunicación de masas que ya era relevante, ha crecido: el encendido de televisión aumentó un 31% y el tiempo frente al televisor un 30%, mientras que el consumo es mucho más informativo que antes (Kantar IBOPE Media)⁽⁶⁾ y subió el ingreso a los sitios web de los diarios hasta un 80% y de las radios hasta un 95%⁽⁶⁾. La prensa parece recuperar su credibilidad: el 64% de la población de 10 países considera que es la fuente de información más confiable en el contexto de pandemia (Edelman)⁽⁷⁾. La agenda de los medios argentinos está casi completamente abocada a la cobertura de este tema que ha invisibilizado a los demás. Entre la segunda y la tercera semana de marzo de 2020, las noticias sobre el COVID-19 en los sitios de los medios digitales pasaron del 50 al 87% del total de las publicadas. "Las primeras quince noticias sin distinción de provincias son sobre coronavirus"⁽⁸⁾. Analizamos la cobertura mediática de la pandemia en Argentina. A continuación, presentamos el enfoque teórico-normativo sobre el papel de los medios de comunicación de masas en relación a temas de salud y riesgo, a partir del cual realizamos el análisis. Luego, de acuerdo con esa perspectiva, exponemos los principales problemas y las mejores prácticas que identificamos en las coberturas.

Medios, salud y riesgo

¿Por qué es relevante el papel de los medios de comunicación de masas en contextos de riesgos de salud pública?

Los medios de comunicación prestan un servicio público esencial porque son el principal vehículo para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas, y fundamentales para la construcción del espacio público ya que promueven conversaciones y debates, permiten conocer otras realidades, educan. Por lo tanto, tienen una responsabilidad social fundamental que cumplir, especialmente cuando se trata de temas de salud. Ese papel se torna crítico en situación de pandemia para poder detener su avance porque proveen información y fomentan valores cruciales para que la gente tome decisiones y medidas de protección individual y colectiva para mitigar los efectos del riesgo. La información sobre salud constituye información sensible y, por ende, debe ser particularmente protegida.

Los medios son actores centrales en el espacio público, aunque no son los únicos. Son también importantes para nuestra formación de opiniones, creencias y valores la familia, los compañeros de trabajo, los vecinos, los dirigentes políticos, las instituciones públicas, las escuelas, las iglesias, las redes sociales. Por eso, los medios condicionan fuertemente la percepción de nuestro mundo en común, pero no la determinan. En situación de aislamiento, la influencia mediática se intensifica, aunque sigue matizada por estas

instituciones y actores con quienes nos comunicamos ahora de manera preponderantemente virtual.

En situaciones de riesgos, la dimensión emocional-afectiva de los procesos de recepción de información se intensifica por sobre la dimensión cognitiva. El riesgo no sólo se expresa en cálculo de probabilidades, sino también en la experiencia de incertidumbre. Está demostrado que la emoción que se moviliza no es siempre temor, sino también enojo, tristeza, depresión y hasta risa. "La exposición constante a noticias de riesgos y miedos profundizan sensaciones de victimización, de malestar y de vulnerabilidad personal. Los medios promueven así una victimización indirecta, es decir, la percepción de que podemos ser las próximas víctimas, en este caso, del virus"⁽⁹⁾.

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 también el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) y la Defensoría del Público 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.

Tendencias problemáticas

¿Cuáles son las principales tendencias problemáticas que se identifican en la cobertura de la pandemia en nuestro país y por qué es recomendable modificarlas?

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 (Koziner)⁽¹⁰⁾.

Se presentan informaciones imprecisas, confusas y hasta contradictorias entre sí. Lo que siempre es un problema, ahora adquiere gravedad. Se divulgan opiniones de personas no especializadas en el tema. Esto que usualmente es considerado una práctica no recomendable, pero tal vez menos relevante en contextos cotidianos, en esta coyuntura sobre un tema sensible aportan confusión y miedo. También se difunden rumores e incluso abordajes no científicos -hemos llegado a ver las predicciones de "la astrología del coronavirus". Se realizan analogías desafortunadas que comparan la necesidad del cuidado colectivo y solidario frente a una epidemia con situaciones absolutamente opuestas de ataques y enfrentamientos como guerras, estados de sitio y campos de concentración. Estas referencias alimentan el desconcierto y la desconfianza, e infunden terror.

Todo esto constituye lo que la OMS llamó "infodemia": propagación de desinformación sobre la pandemia. Estas formas de cobertura promueven la confusión y la incertidumbre y alimentan el morbo. Esto genera pánico: el pánico es inmovilizador. Se necesita cierto nivel de temor y percepción del riesgo para estar alertas, tomar decisiones y actuar para prevenir y ser responsables en el cumplimiento del aislamiento social preventivo y obligatorio y las medidas de protección recomendadas. Sin embargo, es preciso no entrar en pánico ni generar sicosis que, por ejemplo, dejen desabastecidos de artículos indispensables para esta coyuntura a nuestros almacenes y farmacias, o generen angustia, ansiedad y depresión en la población. Las coberturas están muy centralizadas en términos geográficos, tendencia histórica en el país debido a la centralización de la producción audiovisual en Ciudad de Buenos Aires. Nos enteramos muy bien lo que pasa en la capital, un poco lo que sucede en el Conurbano Bonaerense y en algunos otros grandes centros urbanos como Córdoba y Rosario, pero no sabemos prácticamente nada de lo que se está viviendo en la mayoría de las provincias y los centros

urbanos del país que son medianos y pequeños, y muchísimo menos sabemos qué está ocurriendo en las zonas rurales.

También se repite un sesgo de clase en las coberturas y las campañas de sensibilización y prevención que apuntan sobre todo a las clases media y alta. "Quedate en casa" sólo es posible para un cierto sector social que tiene casa; cuya casa cuenta con acceso a servicios básicos y críticos como el agua potable, es posible de ventilar, en la que se pueden guardar las distancias necesarias con otras personas y no se vive en condiciones de hacinamiento; que puede trabajar desde su domicilio o sobrevivir sin hacerlo. Se deja de lado, se desconoce o se sabe muy poco de lo que sucede con un tercio de la población del país que está en situación de pobreza y no tiene estas condiciones de vida.

Se registra, asimismo, la reiteración de un sesgo de género y generación en las coberturas y las campañas porque se sabe poco de lo que ocurre con quienes conviven con personas violentas y abusadoras, como mujeres, adultos mayores y niños, para quienes la casa en lugar de un refugio es una amenaza. En todos estos casos, las personas y grupos sociales tienen posibilidades efectivas diferentes para cumplir con las medidas de prevención recomendadas, los riesgos a los que se ven expuestos son diferentes, y tienen otras prioridades que son urgentes. Por eso, es altamente probable que actúen de modo diferente a lo esperado. Por eso es importante prestar atención a los diversos grupos sociales para comprender mejor qué y cómo les pasa, y por qué hacen lo que hacen.

Se registran violaciones a los derechos personales: a la privacidad, intimidad, la dignidad, la imagen y la protección de los datos personales de las y los pacientes, y de las personas que circulan y viajan y se supone que habrían violado la cuarentena. Otra tendencia muy preocupante son los discursos autoritarios que apelan a la denuncia del vecino por supuestas violaciones de cuarentena. La promoción de la figura del "buchón" y el vigilante, propicia la sospecha, la discriminación y la xenofobia, clausura las posibilidades de conocer y comprender las razones y necesidades de las personas y genera división cuando necesitamos ser solidarios para salvar vidas. Todo esto, eventualmente, pueden derivar en violencia. Las denuncias de supuestas violaciones a la cuarentena al teléfono dispuesto por el Ministerio de Seguridad de la Nación: en los primeros cuatro días llegaron a casi 9 mil. En varias ciudades, especialmente en Buenos Aires, se dirigen gritos e insultos a las personas que transitan por la calle desconociendo absolutamente sus motivos. En San Juan apedrearon la casa de la primera persona infectada de esa provincia.

Buenas prácticas

¿Cuáles son las buenas prácticas de las coberturas mediáticas de la pandemia que están desarrollando algunos medios y periodistas, y que sería recomendable generalizar y amplificar?

Son destacables las iniciativas de los principales diarios del país de publicar tapas unificadas el 19 de marzo con el mensaje "Al virus lo paramos entre todos. Viralicemos la responsabilidad" y de los canales de mayor cobertura y audiencia de organizar una transmisión conjunta próximamente. Los diarios liberaron el acceso a los artículos sobre el tema en sus sitios web. Sería recomendable también que todos los medios hagan accesible la información a todas las personas, por ejemplo a las ciegas y con disminución visual, sordas e hipoacúsicas.

La difusión de información socialmente relevante como, por ejemplo, a dónde se puede acudir ante casos sospechosos, cuáles son los criterios hay que tener en cuenta, qué medidas de prevención tomar⁽¹¹⁾ contribuye a evitar incrementar la incertidumbre y la confusión, sostener la confianza de la población, colaborar en orientar la acción de manera coordinada y contribuir a preservar la salud física y mental de las personas. La provisión de información basada en hechos, precisa, rigurosa y debidamente chequeada - recomendación usual para el periodismo serio, pero que adquiere especial relevancia por tratarse de información sensible- y presentada con lenguaje sencillo para hacerla accesible a las mayorías⁽¹¹⁾ aporta en sentido similar. Recurrir a fuentes

especializadas que estén apropiadamente identificadas con sus datos profesionales y matrícula⁽¹¹⁾ y a fuentes oficiales del gobierno nacional y la OMS, si bien va en contra el criterio del periodismo independiente en situaciones "normales", las y los expertos en comunicación de riesgo dicen que en estos casos es fundamental que la información esté centralizada en estas fuentes oficiales.

La protección de la privacidad y los datos personales de las y los pacientes -quienes deben prestar su consentimiento expreso para que la información sobre sus casos y sus imágenes y datos de identificación sean divulgados (Busaniche)⁽¹⁰⁾-, colabora con la reducción de la discriminación y estigmatización de ciertas personas y grupos sociales⁽¹²⁾, para proteger su dignidad y la fortaleza del lazo social.

Son destacables las coberturas en las que la información es estructural y está contextualizada (Koziner)⁽¹⁰⁾, por ejemplo: las que no sólo muestran la cantidad de infectados, sino también de quienes fueron dados de alta; qué porcentaje de la población total implican esos infectados; qué niveles de letalidad ha tenido en otros países la nueva pandemia; qué relaciones tiene ésta con otras epidemias y endemias que tenemos en nuestro país y que siguen asolando a regiones vastas de nuestro territorio y población que no necesariamente está concentrada en los grandes centros urbanos como el dengue o el mal de chagas, y con otras pandemias y epidemias a lo largo de la historia como las recientes gripe aviar o porcina o el SIDA. Esto contribuye a dimensionar de manera más cabal el fenómeno, en relación a otros eventos similares conocidos y reducir así la sensación de lo absolutamente novedoso, amenazante e incontrolable y, de este modo, ayuda a cuidar la salud mental también. Aún mejores son los casos en que esta contextualización va acompañada de la recuperación de los aprendizajes sanitarios y también sociales y culturales que nos dejaron esas experiencias en otros momentos históricos. Esto es importante porque se toman decisiones y actúa en función de los riesgos conocidos.

Los tratamientos informativos que prestaron atención a las enormes diversidades y desigualdades que tiene la Argentina en términos geográficos, de género, de generación, de clase y culturales promueven la empatía con otros grupos sociales no necesariamente conocidos ni cercanos, con los modos en que viven la amenaza de la enfermedad, las condiciones efectivas con las que cuentan para realizar el aislamiento decretado y sobrevivir mientras tanto, los marcos cognitivos y emocionales desde los cuales perciben el peligro y la necesidad de las medidas que se toman, y las ideas, creencias y valores que orientan sus acciones⁽¹³⁾.

La visibilización del trabajo de organizaciones sociales -que son muchas y prestigiosas en nuestro país- para defender derechos y atender a personas vulnerabilizadas; de las iniciativas de emprendimientos solidarios nuevos que están surgiendo para estar atentos a las necesidades de otros grupos sociales, combatir la desapeñación, promocionar la solidaridad, las soluciones colectivas y fortalecer el lazo social; de las iniciativas culturales que llevan un alivio fundamental en este contexto y promueven también el valor de la cooperación, la creatividad y la generosidad para salir adelante; y de los trabajadores de la salud, la educación, la limpieza y sanidad, la seguridad, la recolección de basura, la comunicación, el cuidado de niños, adultos mayores, enfermos y personas con discapacidades físicas, mentales y psico-sociales, que son quienes sostienen el país en este momento; es fundamental para propiciar las soluciones alternativas colectivas, hacer posible la experiencia de lo común aún en condiciones de aislamiento y así contribuir a fortalecer el lazo social.

Cierre

Los medios tienen un papel central en ralentizar el avance de la pandemia para cuidar la salud física, como dijo el director general de la OMS, y en cómo enfrentarlo: con alerta pero sin pánico para cuidar la salud mental, como pidió el presidente del país, pero también en que no perdamos más derechos, en que fortalezcamos el lazo social, en que profundicemos la democracia. Los medios de comunicación de masas en Argentina tienen hoy una oportunidad histórica de mostrar la relevancia de su aporte no sólo para que salgamos de esta

coyuntura, sino también para que salgamos como una sociedad mejor y más justa.

Bibliografía

1. Ghebreyesus TA. Desinformación frente a medicina: hagamos frente a la 'infodemia'. *El País*, Madrid, 2020 18 de febrero. Disponible en: https://elpais.com/sociedad/2020/02/18/actualidad/1582053544_191857.html
2. Telam. Frases salientes del mensaje presidencial al anunciar el aislamiento social. *Telam*. 2020 19 de marzo. Disponible en: <https://www.telam.com.ar/notas/202003/442764-alberto-fernandez-frases-discurso-coronavirus-aislamiento.html>
3. Minutouno. Alberto Fernández se reunió con empresarios de medios de comunicación. *Minutouno*, Buenos Aires, 2020 17 de marzo. Disponible en: <https://www.minutouno.com/notas/5089216-alberto-fernandez-se-reunio-empresarios-medios-comunicacion>
4. Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, Buenos Aires 2019. Disponible en: <https://encuestadeconsumo.sinca.gob.ar/>
5. Calvo E. Aruguete N. Tarifazo: Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales. *Inmediaciones de la Comunicación*. 2018; 13(1):189-213. Disponible en: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2831>
6. Espada A. Los medios en cuarentena. *LetraP*, Buenos Aires, 2020 24 de marzo. Disponible en: <https://www.letrap.com.ar/nota/2020-3-24-14-50-0-medios-en-cuarentena>
7. Mandelli M. Pandemia restaura confiança no jornalismo tradicional. *Folha do São Paulo*, São Paulo, 2020 26 de marzo. Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/03/pandemia-restaura-confianca-no-jornalismo-profissional.shtml>
8. Observatorio de Medios. Informe del Mes de Marzo, 2020. UNCuyo, Mendoza.
9. Focás B. ¿Cuánta información somos capaces de soportar? Página 12, Buenos Aires, 2020 31 de marzo. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/256408-cuanta-informacion-somos-capaces-de-soportar>
10. Lijalad A. Información versus show: la cobertura mediática del coronavirus. *El Destape*, Buenos Aires, 2020 21 de marzo. Disponible en: <https://www.eldestapeweb.com/nota/informacion-vs-show-la-cobertura-mediatica-del-coronavirus-202032119260>
11. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Recomendaciones para la cobertura de la pandemia COVID-19, Buenos Aires, 2020. Disponible en: <https://defensadelpublico.gob.ar/recomendaciones-para-la-cobertura-de-la-pandemia-covid-19/>
12. Organización Panamericana de la Salud (OPS). Capacitación en Cobertura Periodística, Coronavirus COVID-19, Washington DC, 2020.
13. Waisbord S. Cuando la salud es titular: dengue, gripe AH1N1 y ciclos 'mediático-epidémicos'. *Folios*. 2010; 23: 93-103. Disponible en: https://www.academia.edu/3075038/CUANDO_LA_SALUD_ES_TITULAR_DENGUE_GRIPE_AH1N1_Y_CICLOS_MEDI%C3%81TICOS-EPID%C3%89MICOS