



INFORME

Marzo 2020

Infodemia: comunicación en tiempos de coronavirus

La (des)confianza en las instituciones en un contexto donde desinformación se vuelve viral

La aparición del coronavirus durante el brote de enfermedades respiratorias en diciembre de 2019 en Wuhan, China, se convirtió en emergencia mundial de salud pública a inicios del 2020. El 30 de enero el Comité de Emergencia de la Organización Mundial de la Salud (OMS) calificó el brote epidémico como una emergencia de salud pública de interés internacional. Ante su propagación, rápido contagio y crecimiento exponencial, la OMS declaró el 12 de marzo al COVID-19 como pandemia. Según el Secretario General de Naciones Unidas, Antonio Guterrez, “el coronavirus está trastornando nuestro entorno, el virus se está propagando y la amenaza creciendo”.

La propagación del virus se produce también en la comunicación. Más aún, muchos consideran que un aliado importante del nuevo coronavirus es la desinformación. La situación mundial excepcional puso en primer plano la gestión de la comunicación de los gobiernos, el manejo de los tiempos y la trasmisión de las medidas en un contexto donde los canales son múltiples y accesibles.

Específicamente, en un ecosistema mediático convergente, las redes sociales exacerbaban el cambio en las formas en las que se produce y consume contenido online, ya que generan una abundancia de contenido sin precedentes y nuevas formas de interacción con los medios, que exceden las vías tradicionales y oficiales de comunicación.

Estamos en presencia de una diseminación inmediata de información que alarma en distintos niveles a la población. Si bien la sobreexposición informativa sobre el coronavirus viene acompañada noticias falsas, teorías conspirativas y fuentes dudosas, es importante distinguir el volumen de información falsa y cuánto de ella alcanza a determinado porcentaje de población. De este modo, la desconfianza se torna una amenaza que atenúa las narrativas oficiales y retroalimenta la circulación de la desinformación.

1. Los inicios del coronavirus ¿cuándo comenzó a interesarnos?

En un marco de falta de interés general por las noticias de asuntos públicos internacionales por parte de las audiencias, muchos estudios se focalizaron en la naturaleza de la cobertura de estas noticias con el objetivo de identificar las variables que ayuden a explicar el proceso de selección y enfoque utilizado por los medios de comunicación. Dos de los factores más destacados por esta literatura ayudan a explicar la aproximación que hemos tenido, en el mundo, sobre la extraña presencia de coronavirus en China.

Por un lado, el factor de la desviación, es decir, aquello que resulta novedoso, inusual, sensacionalista o conflictivo y que puede ser indicio de hechos que se definan como “desviados” de lo habitual. En este caso, el coronavirus aparece en China como un fenómeno novedoso y exótico. La cobertura de los medios extranjeros subrayaban los hábitos alimenticios de la población china y los posibles orígenes de la enfermedad.

El segundo factor para la cobertura de noticias internacionales es la prominencia para el país de origen del medio de comunicación. Ciertas temáticas resultan más noticiables que otros en cuanto a las implicaciones o consecuencias del suceso en la vida social, económica y cultural. En este sentido, el coronavirus irrumpe en China y llama la atención en el resto del mundo ya que que la economía mundial lleva 43 trimestres consecutivos creciendo, con un aporte fundamental de la economía china, lo

que implica que sus efectos son directos para el resto de las naciones.

Con la evolución del virus, la crisis ha dejado de ser un problema para la población china para convertirse en una amenaza mundial. Los medios ya no debieron hacer esfuerzos para captar la atención de las audiencias: todos y todas estamos atravesados por la pandemia. Esto derivó en una nueva agenda informativa centrada en la cobertura de la situación a nivel local, regional y global.

2. Comunicación en tiempos de crisis: la pandemia como amenaza global.

Se dice que cuando una persona toma conocimiento de que posee una enfermedad peligrosa debe poder confiar en su médico. De igual modo, cuando sociedades enteras enfrentan una crisis de salud pública, como es el caso del coronavirus, necesitan poder confiar en sus gobiernos. La confianza en las instituciones y el sector político se vuelve fundamental para que cualquier respuesta a la crisis sea efectiva. Los ciudadanos deben poner atención a las medidas impuestas por los funcionarios del gobierno y, para eso, deben tener confianza en que sus líderes saben lo que están haciendo y buscan lo mejor para la población.

El coronavirus vino a contribuir al debate en torno a la crisis de confianza en las instituciones políticas. En este sentido, los conceptos de confianza política y de legitimidad ayudan a iluminar el fenómeno. Por un lado, la legitimidad se define como la capacidad de construir instituciones políticas

apropiadas para la sociedad, mientras que el concepto de confianza política refiere directamente al gobierno. En escenarios de crisis, el último concepto pasa al centro de la escena. Los gobiernos buscan lograr un manejo estratégico de la información y de las comunicaciones para evitar que se amenace o dañe la imagen y los atributos de la institución o a la persona a cargo.

En este marco, a diferencia de la comunicación de riesgo que es proactiva e implica anticiparse, la comunicación de crisis es netamente un tipo de comunicación reactiva, es decir, se trata de una comunicación que parte de un gobierno (o muchos) que se ve forzado a responder a una situación planteada por el contexto. El caso del coronavirus puede entenderse como un intermedio entre ambas comunicaciones para países como Argentina, que tuvieron los ejemplos del brote en otras naciones con anterioridad. Antes de la propagación del virus, con un ejercicio de comunicación cercano al de riesgo, los gobiernos pueden brindar anticipadamente indicaciones sobre qué hacer para prevenir la viralización de la enfermedad y reducir la incertidumbre de las personas afectadas. Si hay confianza en las instituciones, el ciudadano sabrá qué hacer y sentirá todo el apoyo de las autoridades en esa situación de impotencia, pero, ¿cómo se desarrolló la comunicación en los países afectados y qué efectos tuvo?

Para responder este interrogante es oportuno tener en cuenta que, de acuerdo con el Barómetro de la Confianza 2018 de Edelman Trust, el 48% de la población general confía en las instituciones a nivel global, aunque la

proporción trepa a 59% si se considera al público más informado. Considerando el público general, el país en el que más se cree en las instituciones es China, donde el 74% de los consultados afirma confiar. En segundo lugar está Indonesia, con 71%, y luego siguen India (68%), Emiratos Árabes (66%) y Singapur (58%). La comunicación y la conectividad en tiempos de crisis pueden poner en jaque la confianza política, pero damos cuenta de cierta correspondencia con estos valores, es decir, a mayor confianza, mayor acatamiento y efectividad de las medidas de prevención.

En esta línea, cuando el brote de coronavirus surgió en la ciudad china de Wuhan, los medios de comunicación informaban sobre la epidemia a detalle. Pero a medida que se fue agravando, superando las 700 muertes en el país, las plataformas de internet tendieron a eliminar artículos que ponían en duda el trabajo estatal para frenar el virus. A pesar de que el mensaje oficial en tono positivo recibió algo de apoyo, el gobierno tuvo inconvenientes para calmar las dudas del público, la insatisfacción y la desconfianza. Con el paso de los días, el avance de la amenaza llevó a tomar medidas muy fuertes de prevención y mitigación por parte de los gobiernos. Como establecen los especialistas, en materia de comunicación, en caso de crisis resulta conveniente pecar por exceso de alarma que subestimar daños o consecuencias.

Tanto en China como Corea del Sur se impulsaron medidas exhaustivas que fueron acatadas por la población y condujeron al descenso de número de personas afectadas. En China se ha respetado la cuarentena y en

Corea del Sur ha habido testeos masivos para la población. El Ministerio de Sanidad de Corea del Sur lanzó una aplicación en Android y iOS donde cada persona con síntomas registra sus datos y solicita un horario para la realización del test del coronavirus. Este sistema evita el gran número de llamados diarios y, con ello, el colapso del sistema. Soluciones similares han sido aplicadas por los gobiernos de China y Singapur, mientras que Alemania y Estados Unidos informaron estar trabajando en ello. Por su parte, el Gobierno alemán creó un gabinete de crisis para luchar contra el coronavirus de forma efectiva. El ministro alemán de Sanidad, Jens Spahn anunció que "esto muestra que nos tomamos en serio el brote de coronavirus y que reaccionamos ante la nueva situación en la que se encuentran Alemania, Europa y todo el mundo", sumándose en marzo la contundente declaración en términos de comunicación de crisis de la canciller alemana Ángela Merkel donde expresó que el "60 o 70% de los alemanes se infectaran con el coronavirus".

A diferencia de los casos mencionados, aparecen ejemplos de países en los cuales las medidas no fueron comunicadas de manera contundente o tardaron en materializarse, derivando así en un amplio crecimiento de la cantidad de infectados. El caso de Italia indica que el país parecía estar preparado para gestionar la situación. Tras detectar tres casos a finales de enero, las autoridades sanitarias aislaron a los enfermos en un hospital de Roma. Había un sentimiento de confianza alimentado por declaraciones oficiales: "Italia ha puesto en marcha un plan de prevención que es el más riguroso de Europa", afirmó el primer ministro Giuseppe Conte el pasado 31

de enero. Pero, como se hizo evidente en febrero, el virus se había estado propagando de manera desapercibida en el norte de Italia a través de otras cadenas locales de infección, con toda probabilidad desde mediados de enero. Se indica la existencia de un error de comunicación entre el Gobierno y los hospitales del norte del país en torno a cuáles eran los protocolos adecuados para examinar a pacientes con fiebre y afecciones respiratorias. En este sentido, los mensajes contradictorios del sector político pueden haber hecho más daño que cualquier deficiencia del sistema sanitario italiano. En el caso de Estados Unidos, el coronavirus puso de manifiesto las vulnerabilidades específicas del sistema de protección social en Estados Unidos en plena campaña electoral. La actitud precipitada y negadora del virus por parte del presidente Donald Trump, combinadas con errores iniciales en la ejecución de testeos y medidas extremas, dan lugar a incógnitas sobre el alcance real de la crisis en el país.

3. ¿Qué pasa en Argentina?

El 3 de marzo se detectó el primer caso de coronavirus en Argentina. Esto vino acompañado con la comunicación de medidas gubernamentales sobre cuidados, cuarentena domiciliaria obligatoria para todos los que regresaron desde países de riesgo, concientización de las medidas preventivas, entre otras medidas.

La percepción de la población argentina acerca del coronavirus puede apreciarse en los resultados obtenidos en el Informe de Zuban y

Córdoba Asociados (marzo 2020). Estos indican que el 84% de los encuestados afirmó estar informado sobre la pandemia. Asimismo, para el 62% la actitud que ha tomado el gobierno argentino es adecuada respecto de cómo tratar la pandemia de coronavirus, es decir, hay una confianza subyacente.

Hasta el momento, esta evidencia indica que las medidas que se vienen llevando adelante por el gobierno han logrado penetrar en la sociedad. Asimismo, puede decirse que deberán ser revisadas al momento que exista algún caso autóctono, ya que los actuales provienen de “contacto estrecho” con alguno de los pacientes que llegaron del exterior. La confianza en las medidas impulsadas por el gobierno y la efectividad de su implementación podrán medirse en función de la capacidad de recepción y adaptación de la sociedad a medida que evolucione la situación y sus requerimientos.

4. Infodemia: pandemia y desinformación

En materia de comunicación política, la desinformación es un fenómeno de nicho y son muy pocas cuentas las que hacen circular noticias falsas. A pesar de esto, en los últimos años se está acumulando evidencia en relación a que la información errónea de salud que encontramos en Internet puede motivar decisiones y comportamientos que realmente nos hacen más susceptibles a las enfermedades.

En este marco, son numerosas las noticias e información que nos llegan día a día a través

de diferentes canales desde que el coronavirus irrumpió en la escena. En términos epidemiólogos, podemos decir que la enfermedad también se propaga a través Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp y Google. No son solo las gotas de un estornudo que permanecen en el aire, la desinformación de salud digital está teniendo un impacto importante en la difusión de la pandemia. Como estableció Charlotte Petri Gornitzka, Directora Ejecutiva Adjunta del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), “La desinformación en medio de una crisis de salud puede propagar la paranoia, el miedo y la estigmatización. También puede dar lugar a que los individuos queden desprotegidos o a que sean más vulnerables al virus”.

Las técnicas de manipulación empleadas incluyen la descontextualización de imágenes y videos, la legitimación de rumores y la invención de historias. Algunas de las noticias falsas que circularon en gran medida a través de las redes sociales indicaban que “el coronavirus se puede curar con agua de ajo”, “la gripe y el coronavirus son lo mismo”; o incluso señalaban personalidades contagiadas “El Papa Francisco está “contagiado de coronavirus”. Otras noticias, por ejemplo, mostraban un video de un mercado en el que se venden todo tipo de animales, vivos y muertos, asegurando que era la feria de Wuhan de la que surgió la nueva cepa de coronavirus a finales de 2019. Sin embargo, las imágenes corresponden en realidad a un mercado en Indonesia.

En este contexto, la OMS advirtió sobre el peligro de la “infodemia”, término que acuñó

para la circulación de información falsa sobre el coronavirus que se fue incrementando y que atenta contra la necesidad de que toda la población este concientizada sobre qué hacer para evitar la propagación del virus. De ese modo, puede afirmarse el reconocimiento sobre dos pandemias que “se mueven juntas y se retroalimentan”. Mayor nivel de la enfermedad lleva a más desinformación, y esta impide o dificulta acatarla de manera correcta. Por esto, lo oportuno para mantener una comunicación precisa para los ciudadanos es brindar mensajes claros, completos y sencillos que puedan explicar la incerteza, la complejidad, el riesgo para uno y para los demás, y las acciones que hay que seguir.

5. Infodemia y libertad de expresión.

Si bien puede afirmarse que no hay vacuna informativa capaz de superar la fuerza viral de la desinformación, los funcionarios de la salud y las plataformas están actuando en cuanto a la “infodemia” de distintas maneras. Por ejemplo, la OMS, en coordinación con Google y Facebook, garantizan que los usuarios obtengan primero la información de dicha institución cuando realizan una búsqueda de información sobre el coronavirus. Asimismo, las plataformas como Twitter, Tencent y TikTok también tomaron medidas para limitar la difusión de rumores y desinformación sobre el virus y el brote.

En este sentido, el trabajo en conjunto entre la OMS y las plataformas aparece como el antídoto frente al siguiente paso que consiste en la imposición de medidas más restrictivas

que subyacen en una delgada línea entre cercenar la libertad de expresión y hacer un bien público. Un ejemplo de ellas pueden ser las medidas de moderación de contenido impulsadas por las plataformas

6. La resiliencia de las sociedades. La tecnología como aliada.

A nivel mundial se detectan importantes avances en planes de emergencias y desastres. La disrupción de la pandemia permite visualizar la necesidad de promover los cambios de políticas y mejorar planes y procesos que permitan fortalecer la resiliencia de la población. Si bien muchos gobiernos se encuentran trabajando en esto, la realidad es que la inmediatez y urgencia de otras necesidades relegan la planificación de estas prácticas a un segundo plano.

En este sentido, construir resiliencia implica la generación de herramientas innovadoras, flexibles e ingeniosas que permitan dar respuesta de forma eficaz a las necesidades que se presentan, en este caso, ante la amenaza del coronavirus. Transformar la cultura de trabajo y escolar en los próximos meses implicará entonces repensar las lógicas y dinámicas institucionales a nivel de infraestructura y objetivos. De este modo, en tiempo récord, se deberán rediseñar los espacios de modo tal que permitan el desarrollo de habilidades y posibiliten la continuidad de las sociedades en tiempos de crisis.

La gestión del riesgo tiene tres lecciones que pueden aportar para proveer servicios continuos en momentos de emergencia. En primer lugar, implementar sistemas apropiados para que la fuerza laboral trabaje desde sus casas. Segundo, adecuar la infraestructura física para permitir el trabajo crítico, es decir, la inversión en computadoras y tecnología adecuada debe ser una prioridad para dar respuesta a las necesidades de manera remota. Tercero, capacitar a la fuerza laboral para realizar el trabajo propio y de otros ante una situación de emergencia.

En síntesis, la expansión del coronavirus visualizará cuán preparados estamos para poner en práctica un plan de emergencia y contingencia donde la tecnología, de nuevo, aparece en primera plana y como el principal aliada.

Reflexiones finales

Es demasiado pronto para saber qué pasará con el brote de coronavirus. Lo que podemos decir es que la enfermedad pone de relieve la necesidad de fortalecer los sistemas de salud mundiales. Asimismo, el escenario actual permite inferir que para ayudar a evitar la propagación del virus, las personas deben poder confiar en los organismos especializados y las instituciones gubernamentales. De este modo, restaurar y afianzar la confianza aparece como un imperativo social a nivel global para hacerle frente a esta nueva amenaza en una era de conexión.

Para evitar que se difunda la información falsa y darle fin a la “infodemia”, es importante acudir siempre a los datos que ofrecen los organismos oficiales.

Reporte. Camila Giuliano

Edición. Guadalupe Dadamio y Laura Gatto

Se autoriza la difusión y reproducción del artículo previa comunicación a la **RED ARGENTINA DE PROFESIONALES PARA LA POLÍTICA EXTERIOR (REDAPPE)**. Para más información, contactar a secretaria@redappe.com.ar.



Referencias bibliográficas

AFP Factual (13 de marzo de 2020) "Verificaciones de la AFP en español sobre el nuevo coronavirus". Disponible en <https://factual.afp.com/verificaciones-de-la-afp-en-espanol-sobre-el-nuevo-coronavirus>

Amadeo, B. (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, 5(2), 155-181.

Asur, S., Huberman, B. A., Szabo, G., & Wang, C. (2011). Trends in social media: persistence and decay. *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (435-437).

Boczkowski, Pablo y Eugenia Mitchelstein (6 de diciembre de 2018). Las consecuencias verdaderas de las noticias falsas. *Infobae*. Disponible en <https://www.infobae.com/america/tecno/2018/12/06/las-consecuencias-verdaderas-de-las-noticias-falsas/>

Chang, Tsan-Kuo (1998). "All Countries Not Created Equal to Be News: world system and international communication". *Communication Research* (25), 528 /66.

Coppola, G., & Ruiz Balza, A. (2011). *Comunicación, gestión y riesgos*.

Edelman. Trust barometer Global Report (2018). Disponible en https://www.edelman.com/sites/g/files/aaatus191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf

Effing, R., Van Hillegersberg, J., & Huibers, T. (2011). Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems? In *International conference on electronic participation* (pp. 25-35). Berlin: Springer.

Golan, Guy (2003). "America's Narrow Window to the World: an analysis of network global coverage". *International Communication Bulletin* 38(3/4), pp. 2 /11.

Golan, Guy (2006). "Inter-media agenda setting and global news coverage: Assessing the influence of the New York Times on three network television evening news programs". *Journalism studies*, vol. 7, 323-333

Miller, A. H. (1974). Political issues and trust in government: 1964-1970. *American political science review*, 68(3), 951-972.

Noguera, F. (2005). *La campaña permanente*. En: Izurieta, R.; Arterton, C. & Perina, R. *Estrategias de comunicación para gobiernos*. 3a. ed. (p. 77-101). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Nogués, Guadalupe (2020). *Coronavirus, la otra epidemia*. Disponible en https://elgatoylajaja.com.ar/pco_blog/coronavirus-la-otra-epidemia/

Penalva Verdú, Clemente (1999) "La selección de noticias como indicador de desigualdad entre naciones." *Papers: Revista de Sociología*.

Pereira Porto, M. (2000). *La crisis de confianza en la política y sus instituciones: Los medios y la legitimidad de la democracia en Brasil*.

Porath, William & Mujica, Constanza (2010). "Percepciones del público chileno sobre las noticias extranjeras en televisión" Cuadernos de Información 26. Pp. 29-44

Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 2(3), 96-111.

Shoemaker, Pamela & Cohen, Akiba (2016). *News around the world: Practitioners, content and the public*. New York: Routledge.

Sued, Gabriela y Martín Rodríguez Kedikian (2019): "Sólo eran falsas las circunstancias... Un (pequeño) análisis de narrativas y circulación en Facebook de noticias falsas en Argentina y México." Presentación en Congreso MESO 2019.

Toro, Joaquín (2020) ¿América Latina está lista para trabajar desde casa?, en Banco Mundial Blogs. Disponible en <https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/america-latina-esta-lista-para-trabajar-desde-casa>

Zuban Córdoba y Asociados (2020). Informe coronavirus en Argentina. Disponible en <https://zubancordoba.com/portfolio/nacional-marzo-2020-coronavirus/>