



TESIS

**INFODEMIA: EL IMPACTO DESINFORMATIVO DURANTE LA PANDEMIA
DEL CORONAVIRUS EN ARGENTINA**

Tutor: Manuel Carballo

Alumno: Diego Antun

**UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

BUENOS AIRES

DICIEMBRE 2021

El presente trabajo de investigación académico está centrado en el impacto de la infodemia, un término que se desprende del amplio concepto de desinformación, en el marco de la pandemia del coronavirus en Argentina durante 2020 y 2021. Para ello, se propone una investigación periodística basada en la recopilación de testimonios y análisis de protagonistas provenientes de diversos sectores de la comunidad, sumada a los fundamentos históricos y teóricos que complementan el estudio de esta problemática.

Con el avance de la pandemia del Covid-19, y en un contexto de incertidumbre reinante, debido a la escasa información veraz y a la sobrecarga informativa acerca del desarrollo de esta enfermedad, sus posibles curas y tratamientos, toma preponderancia la difusión de información falsa, incompleta, distorsionada, no corroborada o en proceso de estudio, por mencionar solamente algunas características desinformativas. Su origen y propagación ocurre, principalmente, en medios de comunicación, redes sociales y servicios de mensajería. De esta forma, se proyecta un escenario en el cual la infodemia, independientemente de su procedencia, genera desconfianza y confusión en la ciudadanía con respecto al impacto sanitario de esta pandemia. No implica una tarea sencilla para el público discernir entre los contenidos bien y mal intencionados, involucrando sus sesgos, producto de la sobreinformación y la desinformación.

Mediante los elementos propuestos en esta tesis, resulta motivante exponer la disyuntiva generada en torno a las publicaciones vinculadas a la pandemia y su consiguiente repercusión en la comunidad. Asimismo se plantea revisar la calidad comunicacional de los periodistas en esta era, su impacto en términos de credibilidad y la ética profesional.

Palabras clave: Infodemia; Desinformación; Coronavirus; Pandemia; Fake News; Sesgos; Posverdad; Sobreinformación; Covid-19; Viralización; Fact-checking; Periodismo; Medios digitales; Redes sociales; Libertad de expresión; Ética.

Índice

1. Introducción	3
2. Marco histórico	5
1.1. Herramienta para la manipulación en guerra, política y salud	5
1.2. Campañas de desprestigio en la era digital.....	12
3. Marco teórico	19
2.1. La desinformación como punto de partida	19
2.2. El nuevo panorama mediático	23
2.3. La posverdad	25
2.4. Infodemia: sobreinformación, rumores e información errónea	29
4. Desarrollo.....	35
3.1. Vorágine comunicacional e incertidumbre durante la expansión del Covid-19...	35
3.2. Informar en pandemia: la responsabilidad de los medios de comunicación	43
3.3. La construcción del discurso en los medios de comunicación y el impacto en su credibilidad.....	51
3.4. Hacer periodismo en la era de la posverdad, entre sesgos y sobreabundancia informativa	60
3.5. Autorregulación: cuál es el límite de la libertad de expresión y qué rol juega la ética periodística	64
3.6. Luchar contra la infodemia o aprender a convivir con ella	70
5. Conclusión	74
6. Entrevistas.....	77
7. Referencia bibliográfica	78

1. Introducción

A partir del surgimiento del nuevo coronavirus denominado Covid-19, y su rápida expansión entre diciembre de 2019 y los primeros meses de 2020, las primeras noticias vinculadas a esta enfermedad estuvieron cargadas principalmente de imprecisiones y falsedades. Estas, en parte, producto de la vorágine comunicacional en medio de un contexto dominado por la incertidumbre y ante una afección desconocida que comenzaba a propagarse en todas las latitudes del planeta. Pero también, con una carga de intencionalidad orientada a generar pánico y confusión. Tal es así, que en tiempos de hipercomunicación, en donde la información y los rumores se viralizan al instante mediante múltiples plataformas, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de la Organización Mundial de la Salud (OMS), instó a los medios de comunicación, a las plataformas de redes sociales y a las ciudadanías de todo el mundo a hacerle frente a la desinformación contra la medicina: la infodemia.

En Argentina, la problemática comenzó a tener repercusión promediando el mes de enero de 2020, aunque tanto el periodismo como los organismos oficiales la consideraban algo más bien ajeno al ámbito local. Esta tendencia se mantuvo en febrero, hasta que a comienzos de marzo se confirmaron los primeros casos positivos de Covid-19 en el país, mientras que la OMS declaró la pandemia a nivel mundial y su consiguiente emergencia sanitaria. Desde allí, la información se concentró prácticamente de forma exclusiva en el avance del virus en el territorio nacional, sus índices de letalidad trazando comparativas con otras naciones y las posibles curas o paliativos contra la enfermedad. Este escenario propició la diseminación de afirmaciones apresuradas, no chequeadas y falsas, así como la sugestiva aparición de supuestas voces autorizadas en los medios que pretendían exponer un tratamiento riguroso de la situación, ante una sociedad desesperada por obtener precisiones que para ese entonces eran desconocidas.

Mediante este trabajo de investigación, se pretende realizar un enfoque sobre cómo los medios digitales de comunicación argentinos han emprendido la cobertura de esta era pandémica, durante 2020 y 2021, entendiendo las distintas etapas transcurridas y sus inexorables contextos políticos, sociales y económicos. Para ello, se realizó un abordaje en profundidad acerca de los conceptos que distinguieron a la desinformación y a la infodemia a lo largo del tiempo, junto al recorrido histórico de ambos flagelos rememorando casos emblemáticos a nivel internacional, con incidencia directa en el accionar de los pueblos y sus gobiernos.

Con el propósito de exponer el impacto de la infodemia en el contexto de la pandemia en Argentina, se plantea un análisis desde diversos frentes que comprenden a la práctica periodística profesional. Más allá de indagar sobre la responsabilidad en la praxis comunicacional en temas referidos a la salud, se busca ahondar el desarrollo de este trabajo mediante distintos disparadores que, entre ellos, ponen el foco en el modelo de negocios actual de los medios y las plataformas de difusión, la construcción del discurso y cómo este impacta en la credibilidad del periodismo, e inclusive la posibilidad de refrescar y revisar términos habituales en la profesión como la libertad de expresión y la ética periodística. Tras este objetivo, se suman las ideas y consideraciones de especialistas pertinentes al periodismo, medios de comunicación, ciencias, salud y política, con la firme convicción de promover más y mejores herramientas periodísticas para el bien de la profesión y de toda la sociedad.

2. Marco histórico

1.1. Herramienta para la manipulación en guerra, política y salud

Para desarrollar el tema de esta tesis, la infodemia, primeramente corresponde analizar este fenómeno resurgido a partir de las informaciones falsas sobre la pandemia del coronavirus (Covid-19), como un apéndice del concepto matriz: la desinformación. Esta herramienta al servicio de la mentira utilizada por varios regímenes políticos, como la describen Cathala (1986) y Volkhoff (1986), existe desde hace siglos como instrumento de control de la población y como método propagandístico en las relaciones entre Estados. Ambos autores coinciden en que la obra *El arte de la guerra*, del estratega militar Sun-Tzu que data del siglo V a.c., es el ejemplo más antiguo del uso en el cual se pueden constatar técnicas que hoy se conocen como desinformación.

El concepto fue utilizado por primera vez luego de la Primera Guerra Mundial, cuando emigrantes rusos que se trasladaron a Francia comentaban que la policía política bolchevique empleaba el término *desinformatzia* en alusión a todas las iniciativas que impedían la consolidación del régimen comunista en Moscú, tanto fuera como dentro del país (Cathala, 1986; Durandin, 1995; Galdón, 1994; Jacquard, 1988; Volkoff 1986). Pero según desarrolla Rodríguez Andrés (2018), el término quedó asentado recién a mediados del siglo pasado, específicamente en el contexto de la Guerra Fría, cuyo inicio data de 1947, cuando la *Gran Enciclopedia Soviética* lo incorporó a sus páginas como la distorsión que los Estados Unidos ejercían sobre la opinión pública mundial a través de su enorme potencial informativo (Jacquard, 1988). La Guerra Fría fue un enfrenamiento de características principalmente políticas, económicas, sociales, militares e informativas, que se extendió desde el final de Segunda Guerra Mundial hasta la caída del Muro de Berlín, compuesto por el bloque comunista de oriente, encabezado por la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (la actual Rusia), y el bloque capitalista de occidente, liderado por Estados Unidos. Dentro de las estrategias de ataque y desestabilización se encontraba la desinformación, pensada a través de la manipulación, con la cual se buscaba desconcertar al enemigo y, según la ocasión, también a los miembros afines.

Para Volkoff (1986), el concepto de desinformación al comienzo no era comúnmente utilizado por la opinión pública:

En esos primeros años, el término estaba al alcance de un reducido número de personas, casi todas ellas miembros del ejército ruso o de la Administración. Poco a poco, su uso empezó a ser más frecuente y acabó por incorporarse a las enciclopedias

y diccionarios del país. El primero en hacerlo fue el Diccionario de la Lengua Rusa, editado en 1949. En él, se definía sucintamente la desinformación como la acción de inducir al error por medio de informaciones mentirosas” y se ponía como ejemplo “la desinformación de la opinión pública llevada a cabo en los países capitalistas” (p. 167-168).

En 1952 el concepto de desinformación apareció en la Gran Enciclopedia Soviética como la distorsión generada por el aparato informativo de los Estados Unidos sobre la opinión pública mundial (Jacquard, 1988).

Álvarez y Secanella (1991), afirman que cuando se fundó la KGB en 1959 con ella se crearon los departamentos especiales de desinformación, los cuales formaban parte de sus manuales de entrenamiento militares. Primero aparecieron en la Unión soviética, y entre 1963 y 1964 en Alemania, Bulgaria, Checoslovaquia, Hungría y Polonia. Todos, tras los mismos objetivos, como detalla Barron (1974): desprestigiar a los Estados Unidos y sus aliados capitalistas e influenciar las políticas de los gobiernos para establecer el comunismo a nivel mundial. Para ello promocionaba una imagen impostora sobre las intenciones reales del gobierno soviético y jamás revelaba indicios sobre el accionar de la agencia. A su vez, desacreditaba a personas y grupos opuestos al comunismo, enredaba las relaciones entre estados y buscaba generar confusión en los ciudadanos, sus líderes políticos e instituciones.



Figura 1. Boris Kaufman / Sputnik. Yuri Andrópov, jefe de la KGB entre 1967 y 1982, y líder de la URSS desde 1982 hasta 1984.

Álvarez y Secanella (1991) explican lo que los manuales de entrenamiento de la KGB describían acerca del concepto en cuestión:

La desinformación estratégica ayuda a la ejecución de las tareas del Estado y se dirige a despistar al enemigo en lo concerniente a las cuestiones básicas de política de Estado, de situación económica, en lo militar y en los logros científico-técnicos de la URSS; tiende también a despistar en la política de ciertos países imperialistas respecto a las relaciones de unos con otros y despistar también sobre las operaciones especiales de los órganos de seguridad del Estado (p. 368).

Estados Unidos, con la ayuda de soviéticos detractores, según describe Rodríguez (2018), analizó en profundidad esas estrategias mediante la Agencia Central de Inteligencia (CIA) y contó con la colaboración del director del departamento de desinformación de Checoslovaquia, Ladislav Bittman. En los documentos de Bittman de 1965, se analiza a la desinformación como las informaciones falsas, incompletas o sesgadas, que son pasadas, alimentadas, o confirmadas hacia un grupo, individuo o país (Álvarez y Secanella, 1991). Desde entonces, los norteamericanos contrataron, unificando sus departamentos especializados dentro de la USIA, generando su propio aparato desinformativo (Solbès, 1988).



Figura 2. Abbie Rowe (1961). Edward R. Murrow en la jura como director de la USIA y a su derecha el presidente estadounidense John F. Kennedy.

Lo que conocemos actualmente como desinformación y noticias falsas, siendo esta última para Burgueño (2018) una adjetivación polémica ya que el término noticia se asocia al concepto de veracidad, “se han usado durante muchos siglos también en períodos bélicos o para justificar decisiones difíciles. Desde el origen de los tiempos, la difusión de información falseada ha sido un recurso útil para cualquier esfera de poder que buscara un objetivo”.

Si bien no existían los términos infodemia y desinformación, vale recordar la presencia de informaciones falsas en dos pandemias que causaron gran impacto en la humanidad. La primera de ellas es la Peste Negra o Peste Bubónica, en el siglo XIV entre los años 1346 y 1353, que se expandió por Europa, Asia Menor, Oriente Medio y norte de África (Benedictow, 2011). Marinero (2020) en el sitio web del diario español El Mundo comenta que esta peste tenía al “virus de la desinformación” como una de sus características, con el cual “se recurrió a la astrología, la superstición y los castigos divinos para explicar los motivos de la Muerte Negra” tal cual eran calificados los decesos:

¿Cómo explicarse los muertos, las manchas oscuras en la piel y la pasmosa velocidad del contagio? Buscando un chivo expiatorio a quien culpar, en este caso los judíos, a quienes se acusó de envenenar pozos, puertas y ventanas para acabar con la cristiandad. Así se iniciaron los primeros pogromos en Alemania, Suiza y la Corona de Aragón, que no se detuvieron ni siquiera cuando el Papa Clemente VI publicó una bula papal para exculpar a los judíos (Marinero, 16/3/2020).

La otra pandemia, más reciente, que también se trae a comparación desde el foco desinformativo es la llamada Gripe Española que ocurrió entre 1918 y 1920, y que según Pérez Díaz (2011) se estima que ocasionó la muerte de entre 25 y 200 millones de personas. Pero más allá del nombre por el cual se conoce a esta pandemia, directamente vinculado con el país ibérico, investigaciones científicas coinciden en que “la teoría más plausible, sigue siendo su aparición en el medio oeste americano en 1918” (Echeverri Dávila, 2018: 36). Para Echeverri Dávila, el contexto de la Primera Guerra Mundial y la posición de España en esta fue la causa de por qué se llamó así a esta enfermedad:

Millones de personas enfermaron, aunque relativamente pocas murieron, pero esta primera ola epidémica causó trastornos muy importantes en la vida laboral de los países y en las estrategias militares de la Primera Guerra Mundial. Alteraciones que

era importante esconder del enemigo, razón por la cual los países beligerantes censuraron las noticias de la epidemia. España, país neutral, sufrió un fuerte impacto epidémico en mayo y junio, que afectó sobre todo a la zona central y sur de la península y que apareció en toda la prensa nacional. Razón por la cual la enfermedad fue bautizada inmerecidamente como gripe española (p. 27).

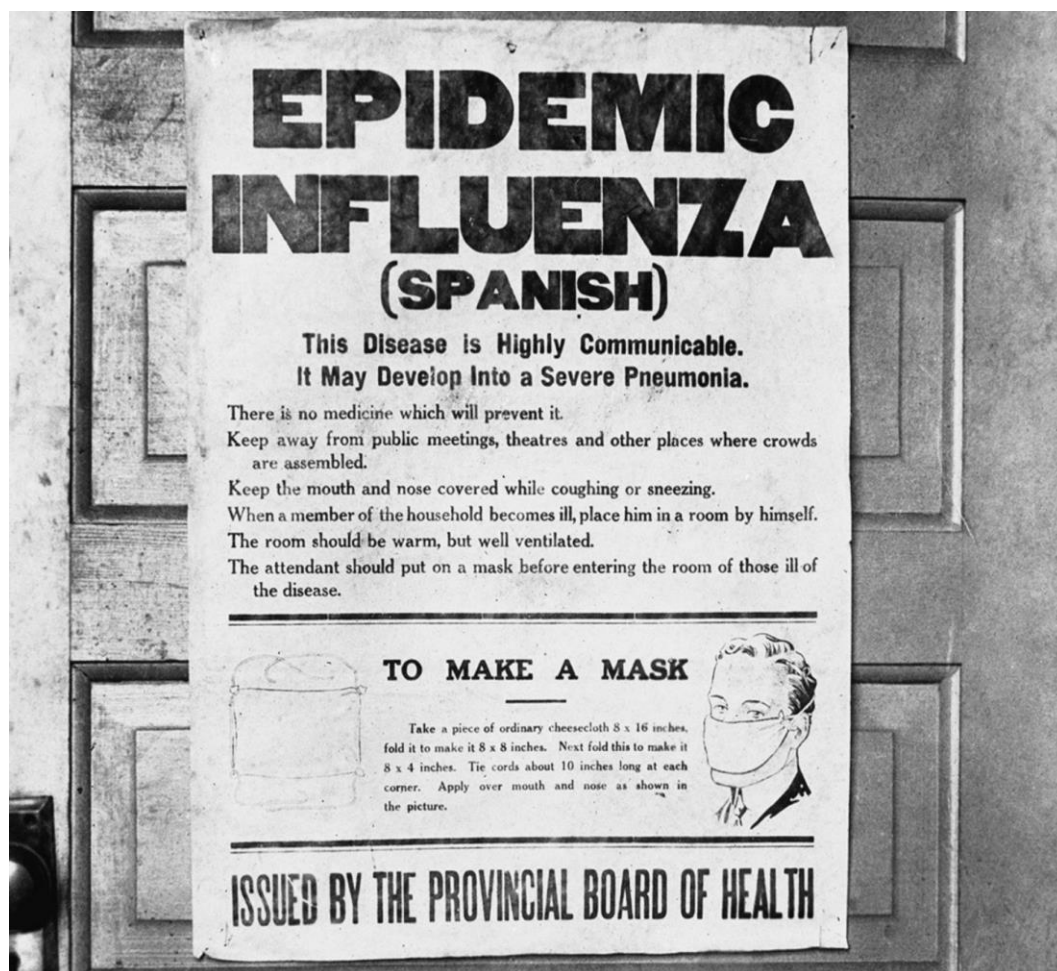


Figura 3. Archivo del Museo de Glenbow (1918). En Alberta, Canadá, un afiche con recomendaciones para prevenir la Gripe Española.

Otro hecho relacionado con la salud que generó gran repercusión fue la Operación Denver u *Operation Infektion*, en la década de 1980. El caso en el cual la KGB (la agencia de inteligencia de la URSS) y la Stasi (el órgano de inteligencia de la República Democrática de Alemania), tal cual explica Paredes (2020) en una nota publicada en el sitio web de la BBC, “decidieron respaldar la teoría de que el VIH/sida había sido creado por el Pentágono en un laboratorio en Fort Detrick (Maryland) para ser utilizado contra otras poblaciones, como los pueblos africanos, y las comunidades afroestadounidenses y LGTB+ en EE.UU”. Para la KGB el objetivo de desprestigiar a los países capitalistas de occidente encabezados por Estados Unidos, fue lo que la movilizó para desarrollar

este plan, fiel sus intenciones fundacionales de antaño: "La Operación Denver fue diseñada para socavar la imagen de Estados Unidos en el mundo, especialmente en África, Asia y los llamados países en desarrollo", expresó Christopher Nehring en el artículo de Paredes, quien detalla cómo se originó el rumor, publicado en el diario prosoviético Patriot, creado por la KGB:

El 17 de julio de 1983, el diario prosoviético Patriot, impreso en India, publicó en su primera página un artículo con el título: "El sida podría invadir a India: la misteriosa enfermedad fue causada tras experimentos en EE.UU.". El artículo citaba como fuente a un "respetado científico y antropólogo estadounidense" que prefería "mantenerse en el anonimato" y que le había enviado una carta al editor del periódico desde Nueva York advirtiéndole sobre el asunto. El "respetado científico" señalaba que "la misteriosa enfermedad" había sido fabricada por el Pentágono [...]. El artículo publicado por Patriot fue citado por el semanario soviético Literaturnaya Gazeta en 1985 y de allí "la noticia" se divulgó en decenas de periódicos en todo el mundo. La teoría ganó más fuerza cuando el biólogo negacionista de la Alemania comunista Jakob Segal publicó un estudio de 47 páginas, conocido como el reporte Segal, en donde defendía la tesis de origen soviético. La existencia de la famosa carta que habría originado el rumor nunca fue confirmada. Según un documento del Departamento de Estado publicado en 1987, el periódico Patriot fue creado por la KGB en 1962 "para desinformar". (BBC, 12 de septiembre de 2020).

El objetivo desinformativo tuvo impacto, por ejemplo en Sudáfrica, debido a que su presidente Thabo Mbeki obstaculizó la provisión de medicamentos a pacientes infectados con sida, lo cual ocasionó según una investigación de la Universidad de Harvard publicada en 2008 cerca de 330.000 muertes por el virus (Paredes, 2020).

Paredes, en el citado artículo para la BBC, obtuvo testimonios de los historiadores Christopher Nehring y Douglas Selvage, quienes llegaron a la conclusión de que las teorías conspirativas ocurrieron en aquel entonces y se repiten en el contexto de pandemia actual, buscando instalar la idea de que la enfermedad "fue fabricada artificialmente en un laboratorio militar como arma biológica". Por su parte, Nehring sostiene que más temprano que tarde las nuevas enfermedades son objeto de desinformación, mientras que Selvage invita a no mezclar a las opiniones con los hechos, aguardando el resultado de las investigaciones de los expertos. Ambos concluyen en que la experiencia de la Operación Denver debe servir de lección para evitar la muerte de miles de personas a raíz de la desinformación.

Antes de arribar al emergente concepto de infodemia, haremos un recorrido histórico desde lo descrito en párrafos anteriores con el surgimiento y asimilación de la desinformación en el marco de la Guerra Fría como punto de partida. Desde allí, se pueden distinguir numerosos hechos que estuvieron atravesados por las informaciones falsas generadas desde los medios de comunicación, gobiernos y entidades de diversa índole, con sus respectivas consecuencias. “En aquellos lugares donde las campañas de desinformación han sido descubiertas, los resultados han sido grandes daños para todos los involucrados” (Posetti y Matthews, 2018: 2). Campañas que se han potenciado con el paso de las décadas, la llegada del siglo XXI y la permanente evolución tecnológica, con impacto directo en las comunicaciones digitales y el auge de las redes sociales, que dieron origen a un concepto novedoso y afín a la actualidad: la posverdad. Este término, ganador de “la palabra” del año 2016, según el diccionario Oxford, gracias a su reiterado uso en contexto de los temas políticos de aquel año durante el Brexit, en Reino Unido, y el triunfo de Donald Trump en las elecciones de Estados Unidos. Oxford la definió como el fenómeno que se produce cuando “los hechos objetivos, tienen menos influencia en definir la opinión pública, que los que apelan a la emoción y a las creencias personales”.

Los sucesos más impactantes de la historia tuvieron en menor o mayor medida una característica en común: la desinformación. Continuando un hilo cronológico con el surgimiento del término en cuestión durante la Guerra Fría, a continuación se destacan varios de ellos, comenzando con la Guerra de Vietnam, uno de los conflictos bélicos más rutilantes cuyo desarrollo transcurrió dentro del largo período de Guerra Fría.

Entre 1955 y 1975 la Guerra de Vietnam enfrentó a los Estados Unidos y a la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), capitalismo contra comunismo, y allí prevalecieron las estrategias propagandísticas basadas en la desinformación. “El uso de la mentira como técnica de persuasión tiene un nombre: desinformación. La propaganda no es siempre desinformación, mientras que la desinformación es siempre propaganda” (Pizarroso Quintero, 2009: 53). Según relata Sánchez Fernández (2017) el entonces secretario de defensa de EE.UU., Robert McNamara justificaba la intervención norteamericana para evitar un “efecto dominó”:

Buscamos un Vietnam del Sur independiente y no-comunista [...]. A no ser que consigamos este objetivo [...] casi todo el Sudeste Asiático probablemente caerá bajo dominio comunista (todo Vietnam, Laos y Camboya), adoptará el comunismo hasta eliminar la influencia anti-comunista (Birmania) y estadounidense, o caerá bajo

dominación de fuerzas que ahora mismo no son explícitamente comunistas pero que es muy posible que acaben siéndolo [...] (United Explanations, 17/4/2017).

Para contrarrestar el aluvión desinformativo y darle un punto valioso a la labor periodística, vale destacar que en 1972, salió a la luz el caso conocido como Escándalo Político de Watergate, en el cual se vio involucrado el presidente estadounidense Richard Nixon, republicano, en tareas de espionaje para oprimir a demócratas mediante chantajes y amenazas. Al comienzo, el caso no tuvo repercusión, pero gracias a la labor de dos periodistas del Washington Post, quienes realizaron una investigación a fondo y lograron llevar a Nixon a exponer ante la justicia, lo cual derivó en su dimisión, la primera en la historia para un presidente de esas latitudes (En Todos Sitios Cuecen Habas, 29 de marzo de 2011).

1.2. Campañas de desprestigio en la era digital



Figura 4. T.A. Clary / AFP (2016). Donald Trump y Hillary Clinton durante el primer debate presidencial en la Universidad de Hofstra, en Hempstead, Nueva York.

Durante la campaña electoral para la presidencia de Estados Unidos, Donald Trump encabezó una campaña desinformativa para debilitar a su contrincante, la candidata Hillary Clinton. En ese contexto se estableció el término “Fake News” (noticias falsas) desde donde se contaban historias no verídicas que desprestigiaban a Clinton y se publicaban informaciones falsas que beneficiaban a Trump. “El Papa apoyó a Donald Trump en la campaña” o “Hillary Clinton le vendió armas a ISIS”, son algunos ejemplos

que el sitio de chequeo de noticias BuzzFeed logró evidenciar. Según el autor de la publicación, Silverman (2016), las redes sociales fueron fundamentales para la propagación de estas informaciones falsas, principalmente Facebook:

En los últimos tres meses de la campaña presidencial de EE. UU., las noticias falsas sobre las elecciones tuvieron mayor rendimiento en Facebook y generaron más participación que las noticias de los principales medios de comunicación [...]. Estos nuevos datos ilustran el poder de las noticias electorales falsas en Facebook, y se produce cuando la red social se enfrenta a las críticas de que permitió que el contenido falso se extendiera durante la campaña presidencial de 2016. El director ejecutivo Mark Zuckerberg dijo recientemente que era "una idea bastante loca" sugerir que las noticias falsas en Facebook ayudaron a influir en las elecciones. Más tarde, publicó: "Ya hemos iniciado un trabajo que permite a nuestra comunidad marcar engaños y noticias falsas [...]" (BuzzFeed, 16 de noviembre de 2016).

En 2017 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y organizaciones internacionales de América, Europa y África publicaron la “Declaración conjunta sobre libertad de expresión y ‘noticias falsas’, desinformación y propaganda”. Allí, manifestaban su preocupación con respecto a la intencionalidad de los contenidos desinformativos y de propaganda, confundiendo a la población y condicionando los derechos de esta para acceder a información veraz y expresar ideologías, lo cual está garantizado en los derechos a la libertad de expresión y opinión de alcance internacional (ONU, 2017).

En la declaración, instaron a los medios de comunicación y a los gobernantes a cesar con este tipo de prácticas:

Conscientes de la creciente propagación de la desinformación (a veces referida como noticias "falsas" o "fake news") y la propaganda en los medios tradicionales y sociales, impulsada tanto por Estados como por actores no estatales, y los diversos perjuicios a los cuales contribuyen en parte o de manera directa (p. 1).

En 2018, gracias a investigaciones periodísticas se reveló que la empresa Cambridge Analytica utilizó de forma ilegal datos de 87 millones de usuarios para influenciarlos con publicidades y noticias falsas. Sus trabajos fueron decisivos para la campaña presidencial de Donald Trump en Estados Unidos (BBC, 2018). Al año siguiente, el parlamento británico confirmó que la intervención ilegal de Cambridge Analytica resultó fundamental para la campaña por el referéndum, conocida como Brexit, para que el Reino Unido abandonara la Unión Europea (Infobae, 2019). Al poco tiempo, la

Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos multó a Facebook con la cifra de 5 mil millones de dólares por el mal manejo de información de sus usuarios (BBC, 2019).



Figura 5: B. Smialowski / AFP (2018). El fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, asumió responsabilidades ante el Congreso norteamericanos por el caso de Cambrydge Analytica.

A las desinformaciones que en la actualidad circulan principalmente a través de las redes sociales se las asocia al concepto de posverdad, mencionado anteriormente en la introducción a esta cronología. Coughlan (2017) cita al filósofo, humanista y pensador británico A.C. Grayling quien le adjudica el origen del termino posverdad a la crisis económica y financiera global de 2008, cuyo escenario son las redes sociales. "Todo el fenómeno de la posverdad es sobre: 'Mi opinión vale más que los hechos'. Es sobre cómo me siento respecto de algo", explica el filósofo en la nota de Coughlan y advierte que "es una cultura online incapaz de distinguir entre realidad y ficción" (BBC, 12 de enero de 2017).

Pardo Kuklinski (2016), al respecto de la posverdad, también compartió su análisis:

La comunicación política sabe desde siempre que entre racionalidad y emoción, predomina la segunda y hacia allí se ha dirigido. Luego, la manipulación, las medias verdades o directamente las mentiras estratégicas hacen su juego para construir una base electoral o, peor aún, consolidar una idea política (Digitalismo, 28 de noviembre de 2016).

En la era de la posverdad, como contrapartida, han aparecido empresas especializadas en el chequeo de datos y fuentes, como por ejemplo Politifact, en Estados Unidos, y

Chequeado.com, en Argentina, que se encargan de afirmar o desmentir publicaciones.

Para Pardo Kuklinski (2016), durante el siglo pasado ya existía lo que él define como posverdad, aunque la prensa más rigurosa, mediante evidencia objetiva, lograba reducir “el efecto de la manipulación”. En cambio, en la “sociedad red” actual, con el dominio de las redes sociales, son estas las responsables de *viralizar* contenidos y los medios ya no tienen el poder para construir agenda (Digitalismo, 28 de noviembre de 2016).

Para cerrar con su idea de la posverdad, Pardo Kuklinski (2016) también hace mención al rol que cumple Google como motor de búsqueda de informaciones adaptadas al gusto del usuario:

Google es bueno para encontrar lo que “sabemos” que queremos, pero no para lo que “no sabemos” que queremos. Lo más eficiente que la personalización resulta, lo menos exploratorios que somos las personas. [...]. Este es un escenario ideal para la construcción de la posverdad (Digitalismo, 28 de noviembre de 2016).

Retomando el término infodemia, Eysenbach (2002) adopta la expresión de infodemiología, referida a la epidemiología de la información, y la define como una disciplina y metodología de investigación interdisciplinaria que estudia las determinantes y la distribución de información y desinformación en salud, con el objetivo de que los profesionales de la salud y los pacientes obtengan información de calidad en internet.

Luego, Rothkopf (2003) durante la epidemia del Síndrome Respiratorio Agudo Grave (SARS) explicó en el Washington Post que existía una teoría a la cual definía como infodemia, debido a que los hechos impregnados de miedo, especulaciones y rumores, eran amplificados y transmitidos rápidamente en todo el mundo gracias a las tecnologías de la información, y con ello se vieron afectadas: economía, política e incluso la seguridad nacional e internacional.

Con el surgimiento de la pandemia del Covid-19, la divulgación de informaciones falsas propició el resurgimiento del término infodemia, el cual la Organización Mundial de la Salud, ya en 2018 mencionaba en su libro “Manejo de epidemias: datos clave sobre las principales enfermedades mortales” y que este año definió como la sobreabundancia informativa no verídica y su rápida propagación entre las personas y medios:

Las infodemias son una cantidad excesiva de información sobre un problema que dificulta encontrar una solución. Durante una emergencia de salud, las infodemias

pueden difundir errores, desinformación y rumores. También pueden obstaculizar una respuesta efectiva, así como crear confusión y desconfianza en las personas con respecto a las soluciones o los consejos que se plantean para prevenir la enfermedad (p. 2).

El virus Covid-19 según la OMS (2020) “es una emergencia de salud pública de importancia internacional y una epidemia mundial que se ha propagado rápidamente y tiene consecuencias para la salud y consecuencias sociales y económicas” (p. 1). Es por ello que esta entidad internacional ha considerado esencial el abordaje de la información sobre la pandemia y elaboró una guía destinada al periodismo denominada “Covid-19: Consejos para informar”. En esta línea exige un compromiso ético de parte de los medios de comunicación, transmitiendo información veraz proveniente de fuentes oficiales, desestimando sensacionalismos y rumores, promoviendo el trabajo del personal de la salud y las historias de superación de pacientes, contribuyendo a las soluciones y no a la generación de miedos y confusiones.

El 15 de febrero de 2020, en una conferencia de prensa de la OMS en Munich, Alemania, el Director General de la organización, Tedros Adhanom había anunciado que no era posible predecir el rumbo que tomaría el virus, por aquel entonces clasificado como epidemia, y que todos los países del mundo debían estar preparados para su llegada. Además, ya se mostraba preocupado por los rumores y la desinformación en torno a la enfermedad (Infobae, 15 de febrero de 2020).



Figura 6. Reuters (2020). El Director General de la OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, habla en la Conferencia Anual de Seguridad de Munich, Alemania, el 15 de febrero de 2020.

En Argentina, con el avance de la pandemia a nivel mundial y la implementación del aislamiento social preventivo y obligatorio por parte del Gobierno Nacional el 20 de marzo de 2020, los medios locales comenzaron a mencionar el término infodemia. Por ejemplo, Racciatti y Heinrich de Télam publicaron la definición del académico, politólogo e investigador Mario Riorda quien la definía como "un serio problema de desinformación que aumenta la propagación producto de la desinformación a escala masiva. Técnicamente es una epidemia de mala información, o bien mala información que posibilita una epidemia vía datos falsos, errados o maliciosos que se propagan por redes sociales" (Télam, 18 de marzo de 2020). La Nación, en una publicación que tituló "Una pandemia de desinformación tan contagiosa como el coronavirus" hizo foco en la responsabilidad de los líderes políticos ante esta problemática:

En vez de irse disipando a la luz de las nuevas evidencias, la desinformación se ramifica, alimentada por mensajes oficiales contradictorios, multiplicada por las redes sociales, fogoneada por presidentes como Trump, y finalmente mutando, cuando se la confronta con datos duros que la contradicen (La Nación, 30 de julio de 2020).

Siguiendo esta línea, el presidente estadounidense Donald Trump, en una rueda de prensa durante abril de 2020 sugirió "'inyectar desinfectante' como tratamiento contra el coronavirus". Como consecuencia a los dichos de Trump, según el periodista español Alcutén, hubo más de 100 intoxicaciones (Alcutén, 27 de abril de 2020). Y detalló que en la ciudad de Nueva York y estados de Illinois, Maryland y Texas, las autoridades sanitarias tomaron cartas en el asunto para desmentir los dichos del presidente, así como el fabricante de desinfectantes Reckitt Benckiser, quien aclaró que "como líderes globales en productos de higiene y para la salud debemos dejar en claro que, bajo ninguna circunstancia, nuestros productos desinfectantes han de administrarse adentro del cuerpo humano". Posteriormente, el propio Trump se justificó refiriéndose a que había hecho esos comentarios en modo sarcástico (Alcutén, 27 de abril de 2020).

Nogués (2020), horas después del primer caso de coronavirus en Argentina apuntó a la "desinfodemia" y ofreció una "guía de supervivencia de bolsillo" para relacionarnos mejor con la información:

La desinfodemia sería entonces la 'propagación de una enfermedad facilitada por

desinformación viral’. Esto parecería estar pasando con Covid-19. ¿A qué podemos considerar desinformación en el contexto de este nuevo coronavirus? Circulan mitos acerca de cómo prevenir esta enfermedad o cómo curarla, ideas conspirativas sobre el origen del virus, hipótesis dudosas o insostenibles que se hacen pasar como si fueran certezas [...] (El Gato y La Caja, 3 de marzo de 2020).

Por su parte, la Secretaría de Medios y Comunicación Pública del Gobierno argentino lanzó “Confiar: La plataforma oficial para combatir la infodemia” a la cual ofrece acceso mediante el sitio web de la agencia de noticias Télam. “La circulación de información falsa sobre el COVID-19 perjudica a todos los argentinos, a través de esta plataforma, se podrán detectar las fake news antes de compartirlas en redes sociales y whatsapp” (Argentina.gob.ar, 6 de abril de 2020).

Para concluir este marco histórico sobre la desinformación y su anexo la infodemia, en concordancia con los autores citados, vale reconocer cómo a lo largo del tiempo las informaciones falsas, engañosas, sesgadas y manipuladas han repercutido en la población. Según la época, las tecnologías y los métodos, esta herramienta maliciosa acompañó infaltablemente a cada suceso de gran magnitud social, política y económica. Resulta complejo pensar en su extinción, considerando que los avances tecnológicos y la naturaleza humana de mentir son una combinación infalible. Será una responsabilidad compartida por líderes políticos, medios de comunicación y ciudadanía en general, para aplacar su alcance y por consiguiente su impacto.

3. Marco teórico

2.1. La desinformación como punto de partida

A partir de ahora comenzaremos a analizar cada uno de los conceptos que componen a la desinformación, muchos de ellos mencionados en el desarrollo cronológico del marco histórico. El objetivo es comprender los diversos aspectos que se desprenden de la desinformación, para llegar al análisis concreto del tema de esta tesis: la infodemia.

Retomando el concepto de desinformación, y ya enfocado desde su análisis, primeramente hay que destacar su vigencia así como su expansión. Según describe Rodríguez Andrés (2018) en la actualidad no es de referencia exclusiva a temas de carácter bélico, sino que ha sido adoptada para asuntos de índoles económica y corporativa, entendiendo que “las grandes compañías multinacionales controlan la difusión de noticias, ocultando a la ciudadanía aquellas que puedan resultar negativas para sus intereses y moviendo los hilos de la política y de la opinión pública”.

Para referirnos puntualmente al periodismo y su rol informativo, hay que realizar una distinción entre lo que es la labor periodística y la información, herramienta principal que hace a esta profesión. Como explica Galdón (2007) por un lado está el aspecto humano y por el otro resultado de la práctica periodística:

[...] para que se realice efectivamente, es necesario no sólo que los periodistas hagan bien su trabajo, sino que cuenten con los modos y medios pertinentes y que haya unas personas, los ciudadanos, que soliciten y aprehendan de modo reflexivo y activo ese saber sobre las realidades... Y ello mediante un diálogo implícito (que con las nuevas tecnologías podrá hacerse más explícito) entre unos y otros (p. 50).

Galdón (2007) detalla que toda aquella desinformación que surge por diversos factores pero sin malicia debe diferenciarse de las que nacen con determinada intención, estas últimas asociadas a la manipulación: “La manipulación es, por tanto, la desinformación intencionada que, a través de las diversas técnicas de ocultación o tergiversación de la realidad, se elabora con verosimilitud al servicio de los diversos intereses del poder dominante”. Y responsabiliza a los ciudadanos que no eligen los medios adecuados para informarse o no poseen la educación suficiente para hacerlo, a los empresarios de la información que mediante sus “productos” satisfacen sus intereses personales por sobre el bien común de la sociedad bien informada, la existencia de pocos periodistas que cumplen correctamente su función y las “teorías” modernas sobre el periodismo

vinculadas a “planteamientos filosóficos de la Modernidad” alejadas de las buenas prácticas periodísticas. (p. 51-52).

Galdón (2001) pone énfasis en la intencionalidad para referirse a la desinformación como la intención de engañar desde quienes cumplen la función de informar, coincidiendo con Emmerich y su afirmación de que “la condición fundamental para que se dé la desinformación es la intencionalidad, porque mientras no haya intención no hay desinformación” (2015:46). A ellos se suma Fallis (2011) quien al concepto *disinformation* (desinformación) lo separa de *missinformation* (falta de información) entendiendo al segundo como un error, y no adrede. También se habla de desinformación como abuso de poder, debido al interés por parte del emisor de que los receptores actúen según la influencia deseada (Van Dijk, 2006). Por otra parte, Romero (2013) habla de una porción de la sociedad que carece de interés en mantenerse informada, sobre todo de los temas políticos, a los cuales denomina auto-desinformados, ya excediendo al periodismo de tal responsabilidad.

Rodríguez Andrés (2018) analiza a varios autores en el capítulo “La desinformación como falta de verdad”, que describen diversas características que aducen a la mentira, ya sea por comisión o por omisión. Por comisión es con total consciencia de que se está divulgando un hecho falso sin aclarar dicha naturaleza. Por omisión es desestimando partes de la información, también en conocimiento de tal acto, con el fin de ocultar datos que no permiten un conocimiento total de la realidad. A partir de las dos acciones descritas, se desglosan diversos términos que encuadran en una u otra. Mediante la supresión (induciendo a creer que algo no existe), adición (inventando algo que no es real) y deformación (alterando cuantitativa o cualitativamente las cosas). También mencionan a la intoxicación como sinónimo de la desinformación, adjudicando al emisor la responsabilidad de tergiversar y desnaturalizar los hechos.

Para Sartori (1998), siguiendo los criterios de comisión y omisión, la mentira se diferencia por subinformación y desinformación, siendo información insuficiente y distorsionada, respectivamente. Y Jacquard (1988), en la misma línea, describe al desinformador como un personaje que actúa de forma impune, procurando que su mensaje luzca verosímil con el afán de que el público lo perciba creíble. Rodríguez Andrés (2018) reflexiona sobre intención de manipular como un objetivo estratégico:

[...] atacar al que es considerado como adversario. Se puede afirmar que la esencia de la desinformación no es de cariz positivo (ensalzar las propias virtudes del emisor)

sino negativo (desprestigiar al rival), sabiendo en todo caso que ese desprestigio resulta al final beneficioso para los intereses de quien circula la desinformación (p. 239).

Otra de las características que hace la desinformación y desde donde se acentúa una de sus principales fortalezas es la organización y la planificación, o como la define Rodríguez Andrés (2018) como un “fenómeno organizado” llevado a cabo de forma sistemática por organismos e instituciones especializadas que la utilizan con “cierto carácter de profesionalidad”, con el objetivo de llevar a cabo una estrategia definida.

El mismo autor agrega una de cualidades que la distinguen con respecto a la autoría de estas, la cual carece de precisión, como parte de la trama:

La forma de difundir las informaciones falsas también exige una detallada planificación. Sobre todo, porque en la mayor parte de los casos se quiere ocultar la autoría de la información atribuyéndola a un tercero, con lo que se dota al mensaje de mayor credibilidad ante los medios a la vez que la fuente no queda comprometida en el intento de engaño (p. 240).

Para concluir y afirmar su idea sobre la desinformación Rodríguez Andrés (2018) remarca y agrupa todos los componentes poniendo énfasis en el engaño y en la manipulación:

No puede hablarse de desinformación si la fuente no tiene intención de engañar a sus receptores. Pero esa intención, como en cualquier otro tipo de manipulación, permanece oculta, sin que los receptores lleguen a ser conscientes de que están siendo influidos. Y es por eso que resulta propio de la desinformación el ser una comunicación no atribuida o atribuida a fuentes falsas. Su esencia comunicativa radica en la difusión de informaciones engañosas y, por tanto, en el empleo de la mentira. Y si bien hoy día se utiliza este término cuando se recurre a cualquier tipo de mentira (bien sea por comisión o por omisión), la esencia del fenómeno está vinculada no tanto al silencio u ocultación de datos como a las mentiras por comisión, es decir, a la difusión intencionada de información falsa. [...] el desinformador busca que sus engaños sean difundidos por los medios de comunicación, que se convierten así, y de forma casi siempre involuntaria, en el vehículo o soporte para propagar su mensaje. La desinformación, por tanto, está íntimamente ligada a los medios y al periodismo, puesto que es a ellos a quienes debe engañar en primer lugar para conseguir que difundan sus mensajes y alcanzar a la opinión pública. [...] Ello

implica la necesidad de cierta planificación en esta tarea, que responde a una estrategia trazada de antemano, e incluso a la creación de organismos específicos [...] (p. 241-242).

Según Galdón (2007) “una acumulación enorme de informaciones parciales, superficiales, sin orden ni jerarquía, y homogeneizadas constituye, en sí, una realidad falseada y trivializada” (p. 53). Y se refiere a esto como una “infopolución” de “características trágicas” en la cual los informantes creen estar cumpliendo correctamente su función y los ciudadanos creen estar informados, aunque ninguna de las partes lo percibe.

Por esto, insta a los periodistas a interesarse y estar en conocimiento de la realidad, además de saber comunicarla:

Si no hay valoración, si no hay selección y jerarquización, si no hay profundización ni contextualización, si no hay aplicación... No hay verdadero saber y, por tanto, no hay verdadera información. Si lo único que las noticias “dicen” de las cosas es que pasan y, a veces, cómo pasan, pero no por qué pasan, para qué, qué consecuencias puede tener su paso, que gravedad o importancia óptica o moral tienen esos acontecimientos... Todo se relativiza, todo se banaliza, todo se vulgariza (p. 54).

A su vez, critica la voracidad por informar con prisa las novedades sin un “criterio de selección y actuación informativa” en donde lo actual le gana a la verdad y al intelecto, lo cual genera “una serie de desinformaciones y manipulaciones realizadas por las fuentes interesadas. Entre ellas las de difundir rumores infundados y calumnias dañinas que luego [...] no hay tiempo para verificar aun cuando se tuviera la honradez para rectificar” (p. 54).

Y sobre la urgencia y la rigurosidad periodística, Galdón agrega que sin esta última se ingresa al mundo de lo artificial, lejos de la visión natural de la realidad, cayendo muchas veces en un criterio selecciones informativas extravagantes como método habitual:

Espacio y tiempo son factores vitales para poder informar adecuadamente. Y, especialmente, cuanto más se restrinja este último menos conocimiento se puede obtener. A más rapidez, menos verdad, menos saber. Y, por tanto, poca o nula información o, en otras palabras, segura desinformación (p. 55).

Sin apartarse de su análisis crítico de los medios, Galdón (2007) considera que estos no comunican correctamente “sobre las realidades humanas actuales que los ciudadanos

necesitan comprender para ser más libres y solidarios” y promueven con aires de veracidad una realidad que resulta ser “ficticia, artificial y falaz” (p. 56). Y para ello, enumera una serie de prácticas alejadas de la ética periodística:

[...] la calumnia, el juego de la omisión y el realce y el silenciamiento, además de la utilización frecuente de la simple mentira, la media verdad, la descontextualización, la caricaturización de la imagen o de los argumentos, la generalización falsa, la memoria selectiva y la falsificación de los sondeos y las estadísticas sirven primordialmente para combatir al enemigo, ya sean las personas e instituciones que no entran dentro de lo políticamente correcto, ya sea en las luchas por el poder concreto entre grupos mediáticos que, aun perteneciendo a esa interacción ideológica dominante, tienen intereses económicos diversos y apoyan a partidos políticos distintos [...] (p. 68).

Siguiendo esta línea, Martínez Musiño (2011) en su estudio analiza que toda información que se ofrece de manera errónea, tanto como las omisiones y el avasallamiento de contenidos, ya sea para confundir o incidir en la opinión de la audiencia, es desinformar. Y todo individuo desinformado incapaz de discernir por sí mismo entre lo verdadero y lo falso “requiere ser alfabetizado informáticamente”. Y destaca que en la naturaleza humana siempre existen intereses, los cuales pueden volcarse en este caso por informar o desinformar “aun disponiendo de las mejores herramientas para transmitir información” (p. 6).

2.2. El nuevo panorama mediático

El sitio web Chequeado.com (2019), el cual se dedica a chequear la veracidad de las publicaciones, con motivo al Fact Checking Day de 2019, realizó una publicación en la cual habla del nuevo panorama mediático e informativo enfocado en el nuevo modelo de redes sociales y el rol de “productor y consumidor” por parte de sus usuarios. Distingue allí el ineludible cambio en la manera de contar las cosas, ya sin la exclusividad de los medios tradicionales ni los periodistas profesionales, por lo cual la comunicación se “horizontalizó” y los medios ya no definen la agenda informativa.

Allí menciona el papel que juegan las redes sociales segmentando la información:

La difusión está facilitada por factores relacionados con las redes sociales: tanto su uso por parte de los usuarios (las motivaciones para compartir o no un contenido son varias, y se están estudiando), como por los algoritmos que estas plataformas utilizan

para ponderar y priorizar contenido “relevante” para cada usuario, que generan las llamadas “burbujas de filtro” (en las que la información que es mostrada a los usuarios está condicionada por la afinidad calculada por la plataforma, por lo que generalmente sólo los mensajes que pueden ser de su interés son los que le llegan) (Chequeado.com, 2019).

También, desde First Draft, Wardle (2017) analizó lo que es la información errónea y la desinformación, siendo la primera falsa pero involuntaria y la segunda falsa pero deliberada. Y además, elaboró un “ecosistema de información” mediante la descomposición de tres elementos con el propósito de aclarar el panorama: tipos, motivaciones y formas de crear y divulgar contenidos. A partir de allí, confeccionó un catálogo que define “siete tipos de mala información y desinformación” en una escala de menor a mayor, de izquierda a derecha, según el siguiente gráfico:



Figura 7. First Draft (2017). Siete tipos de mala información y desinformación.

Chequeado.com (2019), apunta a los tipos de comportamiento relacionados “con el modo de buscar, acceder y asimilar información” tanto en las redes sociales como en internet en general:

En primer lugar, las redes sociales buscan que el contenido que el usuario consuma sea relevante para él, creando una “cámara de eco” en lo que el contenido que recibe suele reforzar sus creencias previas, prejuicios y sesgos. En este contexto, los

contenidos que uno recibe son muchos y fácilmente asimilables unos a otros, especialmente en contextos de polarización ideológica. Gran parte de este contenido falso está relativamente bien producido y no siempre es fácil discernir el contenido falso del verdadero. Quienes publican habitualmente contenido falso son portales con un diseño razonable, las notas tienen una estructura semejante a la de los medios tradicionales e incluso mencionan fuentes (aunque no las citen, ya que son inexistentes). Entonces, la noticia se valida por la forma y no por el contenido, lo que la “exime” a los ojos del lector desprevenido de cualquier control extra (Chequeado.com, 2019).

2.3. La posverdad

Para Nogués (2019) “el fact-checking o verificación de datos es muy útil para identificar y señalar la desinformación”, además de aportarle carácter profesional al periodismo. Pero a pesar de este procedimiento, mucha desinformación no logra ser descubierta o sólo una parte es real o es incompleta. Y el riesgo está en que todo lo que circula se ajuste a la creencia o conveniencia de personas o grupos, sumado al refuerzo del concepto prefijado sobre lo que se considera como el enemigo, y allí estamos en presencia de la posverdad. (El Gato y la Caja, 2019).

Por eso, Nogués plantea a modo de consulta y reflexión si el fact-checking modifica actitudes y comportamientos en el público que creyó cierta desinformación:

Cuánto alguien cree o no en una noticia falsa, por ejemplo, depende mucho de sus creencias previas, las emociones o la pertenencia a determinados grupos, etc. Es decir, depende mucho de cuán motivado por sus deseos está. A este fenómeno se lo conoce como razonamiento motivado. Hay mucha variabilidad, y por eso también es difícil entender cuán eficiente es la corrección de la información. (Nogués, 2019).

La misma autora en base a sus investigaciones afirma que las noticias falsas que circulan por internet tienen mayor alcance y rapidez que las verdaderas, y lo plantea como “una lucha desigual”, con clara desventaja para el fact-checking que no logra filtrar a tiempo algunos contenidos maliciosos.

La posverdad, tal cual se ha mencionado en el marco histórico, fue elegida en 2016 como la palabra del año por el diccionario de Oxford, debido a su permanente utilización en el contexto del Brexit en el Reino Unido y de las elecciones para presidente en Estados Unidos. Un concepto que para Olmo y Romero (2019) también es sinónimo de mentira,

aunque no de forma equivalente, y un “fetiche” por el que muchas personas “profesan cierta veneración por su capacidad para describir la situación actual, derivada de los cambios en el orden internacional surgido tras la II Guerra Mundial” (Real Instituto Elcano, 9 de abril de 2019).

Y analiza a la posverdad, como un sinónimo de mentira emotiva:

[...] la distorsión deliberada de la realidad con el fin de crear y modelar la opinión pública e influir en las actitudes sociales. Una realidad en la que los hechos objetivos, las referencias fácticas, tienen menos influencia que las apelaciones a las emociones y a las creencias personales. Esta idea nos conduce a otras, como verdad, mentira, interpretación, opinión, todas surgidas al amparo de las virtudes de la Ilustración, como la duda y la conciencia moral, y explotadas por el relativismo posmoderno, donde no existe una única verdad, sino varios tipos de narración. [...] (Real Instituto Elcano, 9 de abril de 2019).

Olmo y Romero (2019) explica que según las tecnologías de cada época, las mismas también han sido aplicadas a los fines de transmitir falsedades y propaganda, distinguiendo que en la actualidad, transcurriendo plenamente la revolución digital, el caudal y la cantidad de información se han multiplicado sin antecedentes comparables. Estas tecnologías, adecuadas a los cambios constantes de la sociedad, permiten una producción de contenidos cada vez mayor y una circulación más veloz. Como protagonistas del escenario contemporáneo, son los ciudadanos quienes proponen ser su propio medio de comunicación, compartiendo principalmente mediante las redes sociales solamente aquello le resulta afín a su postura, generalmente sin reflexionarlo. Esto, en un marco de aceptación en el cual se sabe que dicho accionar refuerza la opinión personal, lo que en definitiva desemboca en un lenguaje totalmente limitado, propio de la construcción de una realidad diseñada por el criterio sesgado.

Nuestros sesgos suelen predisponernos a aferrarnos con las verdades a medias o directamente con lo falso. Y tales predisposiciones hacen a la naturaleza del ser humano, quien necesita creer en algo, y desde allí pierde poder de razonamiento sincero. Esto existió desde antes que se lo llame posverdad, pero las redes y la minería de datos sociales pone a los individuos de forma cómoda ante sus preferencias, potenciando así su sesgo de confirmación, omitiendo las posibles discrepancias con otras miradas distintas que abrirían la puerta de la contradicción, y por consiguiente de la reflexión. Por eso, las noticias falsas calzan a la perfección y tienen éxito en las personas que

solamente buscan aquello que las identifica, lo cual concluye con el cometido original de ratificar tal noticia. (Levy Yeyati, 2019).

Olmo y Romero (2019) ofrece una reflexión que, al igual que varios de los autores citados, otorga gran preponderancia a la intención:

En este contexto, ¿a quién le importa decir la verdad cuando lo único importante es que lo crean? No importa que se divulguen falsedades completas, lo importante es que parezcan verosímiles. De este modo, la falsedad, lo fake [sic], que cuenta con la ubicuidad que le aporta la tecnología, contamina todas las esferas de nuestra vida: la comunicación, la política, la economía, el pensamiento, las decisiones e incluso nuestra vida privada. Y, cuando la falsedad se vuelve más sutil, más compleja, ha sido creada con una intencionalidad táctica, responde a una estrategia y persigue objetivos, es cuando podemos hablar desinformación. [...] La burbuja creada por la tecnología, gran paradoja frente a la globalización, en la que los ciudadanos viven y solo están inmersos y en contacto con ideas u opiniones que coinciden con las suyas. Un mundo donde los algoritmos de Facebook o Google marcan y facilitan el camino de la información, mermando de este modo la capacidad de autocritica. (Real Instituto Elcano, 9 de abril de 2019).

Si de tecnología se trata, es necesario destacar el uso de las deep fake, cuyo concepto está relacionado con el uso de redes neuronales artificiales. Para eso, primero hay que entender qué es una red neuronal y su evolución hacia las redes neuronales artificiales. Así lo explica Matich (2021):

Las redes neuronales son más que otra forma de emular ciertas características propias de los humanos, como la capacidad de memorizar y de asociar hechos. Si se examinan con atención aquellos problemas que no pueden expresarse a través de un algoritmo, se observará que todos ellos tienen una característica en común: la experiencia. El hombre es capaz de resolver estas situaciones acudiendo a la experiencia acumulada. Así, parece claro que una forma de aproximarse al problema consista en la construcción de sistemas que sean capaces de reproducir esta característica humana. [...] Las redes neuronales artificiales son redes interconectadas masivamente en paralelo de elementos simples (usualmente adaptativos) y con organización jerárquica, las cuales intentan interactuar con los objetos del mundo real del mismo modo que lo hace el sistema nervioso biológico (p. 4-8).

Cortés (2021) habla de las deep fake como “la técnica por la cual, mediante redes

neuronales artificiales, se generan vídeos falsos ultra realistas con diferentes fines”. Y explica que esto se desarrolla mediante las Redes Generativas Antagónicas, las cuales generan o reconstruyen imágenes:

Pueden generar modelos tridimensionales a partir de planos en dos dimensiones hasta crear de la nada rostros de humanos que en realidad no existen. Inicialmente, estas redes únicamente podían crear imágenes estáticas, pero a partir de 2018 y gracias a los continuos avances en este campo, empezaron a aparecer los primeros vídeos donde se hacía uso de esta técnica. (Revista Digital, 2021).

En su libro *Pensar con Otros*, Nogués (2019) se aboca a explorar a la posverdad, a la cual considera aún novedosa, y resalta en varios de sus capítulos que según su interpretación existen dos tipos de posverdades: una casual o culposa, asociada al comportamiento de las personas, y otra intencional o dolosa, creada por personas o grupos de interés que conocen la forma de vulnerar a la primera con el fin de sacar algún provecho.

A partir de esto, pone en tela de juicio la veracidad o la falsedad de un producto, según la intencionalidad de los interesados:

Por un lado, los grupos interesados financiaron sus propias investigaciones, que muchas veces generaron información sesgada que los beneficiaba. Esto no implica que debamos descreer de toda investigación según quién la financie, pero quizá deberíamos estar más alertas a si hay conflictos de intereses y si se hacen explícitos. Las organizaciones –científicas, industriales, estatales– tienen sus intereses, y hay que tenerlos en cuenta para entender el sesgo de lo que concluyen. No es necesario pensar en que se pague a investigadores para que cometan fraudes, aunque esto también puede ocurrir, por supuesto. A veces, alcanza con dar incentivos y con seleccionar qué información se muestra y qué información se oculta. Ya eso puede sesgar los resultados hacia el lado que beneficia a quien financia. [...] Otra manera de contribuir con la generación de posverdad es introducir certezas que no están sostenidas por evidencia o que directamente contradicen la evidencia disponible. Vemos esto cuando algunos grupos interesados en vender un producto o en instalar una idea acuden a diversas estrategias para confundir, para difundir como verdaderas posturas para las que no podemos tener certeza, al menos no todavía. (Nogués, 2019).

A los periodistas especializados en ciencia el término posverdad puede resultarles medianamente novedoso, pero no así las llamadas falsas verdades las cuales siempre les

exigieron suma atención para no embelesarse con el tono doctoral que distingue al discurso científico, cubierto por una supuesta credibilidad. (Bär, 2019). La misma autora, define a la posverdad como una “mala ciencia” basada en rumores compuestos por emociones, verdades a medias y mentiras, difundida con omisión en el chequeo de datos. Y ejemplifica que su gravedad ha llevado incluso a médicos a tomar decisiones desacertadas: “Como resultado de este combo, resurgieron enfermedades que se creían controladas” (Capítulo 0.1).

2.4. Infodemia: sobreinformación, rumores e información errónea

Para comenzar el análisis conceptual del tema central de esta tesis, la infodemia, la Organización de las Naciones Unidas (2020) en *La ONU contra la desinformación sobre el Covid-19 y los ataques cibernéticos*, habla de “sobreabundancia de información”, en concordancia con la Organización Mundial de la Salud (OMS), compuesta por rumores, desinformación e información errónea. Y, siguiendo el objetivo de este trabajo académico para la etapa de desarrollo, en donde se analizarán casos referidos a la desinformación durante la pandemia del Covid-19 en Argentina, la ONU alerta sobre dos factores que están en peligro: la confianza de la ciudadanía con respecto a la información fidedigna y la eficacia de la salud pública debido al incorrecto accionar de la población producto de las confusiones (ONU, 2020).



Figura 8. ONU (2020). El Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, advierte sobre las desinformaciones que circulan en torno a la pandemia del Covid-19.

La infodemia, según los investigadores argentinos Riorda, Aruguete y Becerra en diálogo con Racciatti y Heinrich de Télam, puede describirse como una epidemia de información de mala calidad o, de modo inverso, como la mala información que propicia una epidemia mediante datos errados, malintencionados y falsos que se *viralizan* principalmente a través de las redes sociales. Lo cual sucede diariamente mientras transcurre la pandemia del Covid-19, en parte por los desconocimientos del tema a los que se enfrenta la ciencia. Esas noticias falsas ponen en riesgo la salud de millones de personas, y para que no se propaguen deben asumir su responsabilidad el Estado, los medios de comunicación y las grandes empresas como lo son Facebook y Google, por ejemplo (Télam, 2020).

Guy Berger, director de Políticas y Estrategias sobre Comunicación e Información de la UNESCO, explica que todos los contenidos falsos que circulan sobre el Covid-19 ya son moneda corriente:

Parece que apenas hay un área que no haya sido afectada por la desinformación en relación con la crisis Covid-19, desde el origen del coronavirus, hasta la prevención y 'las curas' no comprobadas, incluidas las respuestas de los Gobiernos, las empresas, los famosos y otros. En un momento de grandes temores, incertidumbres e incógnitas, existe un terreno fértil para que las fabricaciones florezcan y crezcan. Cuando la desinformación se repite y amplifica, incluso por personas influyentes, existe el grave peligro de que la información basada en hechos verdaderos, termine teniendo un impacto marginal. Los motivos para difundir desinformación son muchos e incluyen objetivos políticos, autopromoción y atraer la atención como parte de algún modelo de negocio. Quienes lo hacen, juegan con las emociones, los miedos, los prejuicios y la ignorancia, y afirman aportar significado y certeza a una realidad que es compleja, desafiante y cambia rápidamente (ONU, 2020).

Las doctoras en ciencias de la información Alfonso Sánchez y Fernández Valdés (2020) analizan su reciente artículo de investigación que la pandemia de Covid-19 transcurre en un contexto informacional y tecnológico sin precedentes, y que han sido incalculables las teorías propagadas mediante las redes tales como el origen de esta enfermedad, la eficacia de los tratamientos, las cifras de infectados y de fallecidos, las repercusiones económicas de cada región, las supuestas vacunas que garantizan eficacia y el uso de medicinas hogareñas.

También destacan la responsabilidad de las autoridades a la hora de dirigirse a sus

ciudadanos, mencionando como ejemplo al presidente estadounidense Donald Trump:

El análisis de estos sucesos muestra que las cadenas de mensajes que contienen información falsa, sin rigor científico, pueden generar preocupación, desatar acciones desacertadas y traer consecuencias nefastas para la salud de la población. Un ejemplo fue lo sucedido en Estados Unidos, a partir de una declaración en rueda de prensa del presidente Donald Trump, quien al referirse a la evolución del coronavirus, alegó que quizás sería buena idea inyectar en el cuerpo de los pacientes con Covid-19 algún desinfectante o golpearlo con una tremenda luz ultravioleta. Esta declaración ocasionó especulación y actividad de redes sociales que tuvo consecuencias en la salud de un grupo de ciudadanos que ingirieron detergente o lejía. (Alfonso Sánchez y Fernández Valdés, 2020).

Sobre esto, Galdón (2007) responsabiliza a aquellos que, mediante el anhelo de poder, cosifican a los ciudadanos como simples consumidores con la única meta de garantizar “la continuidad del sistema y del poder económico, ideológico y político de unos pocos” (p. 67).

Aún desde la buena fe y sin la intención de propagar falsedades, el hecho de difundir información falsa sin discernir previamente sobre el origen y el contenido, se está llevando a cabo el acto de la desinformación, lo cual tiene un potencial mortal en los tiempos que corren. Por esto, Guy Berger, de la UNESCO, insta a que “los Gobiernos, para contrarrestar los rumores, deberían ser más transparentes y divulgar más datos de manera proactiva, de acuerdo con las leyes y políticas sobre el derecho a la información”. Se basa en que una crisis de este tipo requiere del acceso a la información de fuentes oficiales, con el fin de promover mensajes creíbles. Esto también incluye a los medios de comunicación libres e independientes, por lo cual se les solicita a los gobernantes que les brinden su apoyo y los consideren parte de los servicios esenciales, “como un aliado en la lucha contra la desinformación, especialmente porque los medios de comunicación trabajan abiertamente en la esfera pública”. (ONU, 2020).

El periodismo profesional se aferra a lo comentado en el comunicado de la ONU descripto anteriormente y reclama “independencia editorial” a la cual Bravo (2020) define como “una obligación legal de todos los medios públicos”. (El Economista, 2020). Por su parte, Galdón (2007) considera que “no hay nada más útil y rentable que el silenciamiento activo, cuando es posible hacerlo, de personas, hechos e ideas que pueden poner en peligro ese engaño sistemático” (p. 67).

Nogués (2020) habla de conexión y retroalimentación, entre la enfermedad en curso y su desinformación, lo cual provoca tensiones y derroche de recursos que podrían ser evitables, que termina repercutiendo en la confianza en quienes llevan el seguimiento del tema: las autoridades sanitarias, los especialistas de la salud y los medios de comunicación profesionales. Y define a este proceso que involucra a las comunicaciones y a los virus como desinfodemia, proponiendo a toda la comunidad el desafío de no generarla y brindar mensajes que deben ser claros, completos y sencillos de comprender:

Como si esto fuera poco, el emisor de la información debe ser transparente y confiable –cuidar la credibilidad es por eso clave, porque sin confianza no hay comunicación efectiva–. Es también necesario darle poder –aunque sea limitado y local– al receptor del mensaje. Decirle cómo son las cosas, sí, pero ayudarlo a comprender cómo lo afectan, y qué debería hacer para ayudar. Ocuparse además de preocuparse. [...] (El Gato y la Caja, 2020).



Figura 9. Redacción (2020). Seis consejos para evitar noticias falsas sobre el coronavirus.

Para Alfonso Sánchez y Fernández Valdés (2020) una de las causas de la desinformación es que no ha sido estudiada con profundidad hasta estos tiempos:

[...] no aparece tratada de forma explícita en muchos de los proyectos que abordan la alfabetización informacional, como paradigma esencial para fomentar en los ciudadanos el uso efectivo de la información [...] Determinante en este proceso es el comportamiento que tenga el sujeto en su interacción con la información, lo que incluye el acceso a las fuentes de información y los canales utilizados, aspecto que

es directamente proporcional a las competencias informacionales de la persona para evaluar con pensamiento crítico dichas fuentes y canales. [...] La problemática de la desinformación aumenta considerablemente cuando suceden hechos que por su significación se tornan globales. Entonces la participación masiva de cibernautas con diferentes puntos de vista e intencionalidades se hace presente, y se crean cadenas de transmisión de mensajes que contienen información con diferentes características y niveles de credibilidad. [...] La infodemia está marcada por la intencionalidad, información no verificada que se expande rápidamente y crea confusión y engaño. Implica a los ciudadanos que desconocen la verdad del hecho, ocasionando perjuicios en el orden social, político y económico. (Anales de la Academia de Ciencias de Cuba, 2020).

Una de las problemáticas habituales en la desinformación referida a temas de salud, es la atribución de autoridad a protagonistas que no cuentan con los conocimientos necesarios para explayarse en determinadas especialidades, lo que sería una “autoridad ampliada” (Salaverría, 2020; Buslón, 2020; López-Pan, 2020; León, 2020; López-Goñi, 2020; Erviti, 2020) la cual el público frecuentemente no distingue. Otra, aún más grave, se trata de las fuentes suplantadas en donde se combinan un elemento real (la propia fuente) y uno falso (la información), siendo aún más difícil detectar el engaño. Tal es así que las fuentes ficticias, al carecer de ese aspecto que simula realidad, pueden resultar menos eficaces para que una falsedad sea creíble. En concordancia, Alfonso Sánchez (2020) sugiere que el “el primer punto a tener en cuenta es la autoría, seguido del contexto de lo que se lee, de qué fuente proviene, atender la fecha de publicación, la actualidad, la editorial que publica y revisar las citas falsas” además de tener sentido común y crítico, para analizar la información que se nos presenta. Y pone énfasis en la alfabetización como “antídoto de la ignorancia”, problemática latente de la globalización que trae consigo aparentadas las desigualdades sociales, “donde el desconocimiento es el arma más utilizada para la manipulación y el engaño” (2020, Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de Covid 19).

En esta misma línea, Galdón (2007) enaltece la labor periodística y su función vital de informar correctamente, la cual únicamente es viable gracias al “saber compartido por periodistas y ciudadanos sobre las realidades humanas actuales con proyección e interés social”. Pero más allá de los esfuerzos y las buenas intenciones del periodismo, son los ciudadanos de todos los ámbitos quienes deben estar interesados en “cumplir sus fines

personales y sociales; para distinguir lo verdadero de lo falso, lo importante de lo intrascendente, lo perdurable de lo efímero, lo útil de lo inútil, lo enriquecedor de lo perjudicial” buscando y solicitando información fidedigna. Y para que esto sea posible, debe haber un “contexto humanista y verdaderamente democrático” (p. 73).

Con el desarrollo conceptual que se ha expuesto en este marco, nos preparamos para utilizar estos elementos a modo de herramientas, para analizar varios casos de desinformación durante la pandemia del Covid-19 en Argentina. Además de cada uno de los conceptos volcados, hemos comprendido que los responsables de la propagación de contenidos falsos incluyen, pero a la vez exceden, al ámbito de la comunicación e involucran a toda la comunidad, en todos sus sectores. Concluyendo con que cada integrante de nuestra sociedad porta con una porción de responsabilidad en lo que hace a la existencia y expansión de la infodemia.

4. Desarrollo

A partir de los conceptos descriptos en los marcos histórico y teórico, el desarrollo de este trabajo académico se profundiza mediante una investigación periodística que cuenta con el aporte de diversos actores pertinentes, proveniente de la recopilación de testimonios obtenidos mediante entrevistas. El foco apunta principalmente a las publicaciones realizadas durante 2020 en los medios digitales de Argentina, desde que la enfermedad del Covid-19 comenzó a tener mayor repercusión periodística y el consiguiente aluvión desinformativo con el avance de la pandemia.

3.1. Vorágine comunicacional e incertidumbre durante la expansión del Covid-19

En la infodemia los procedimientos siguen siendo los mismos que en la desinformación tradicional: falsear información, instalar temas que benefician a unos y perjudican a otros. Lo que cambió es la forma, en este caso la tecnología; a través de internet y sus plataformas, se logra difundir con mayor velocidad y expansión, con usuarios a los que les llega esta información o buscan aquellas que confirman lo que ya piensan (Luchessi, entrevista personal, 24 de noviembre de 2020).

Para Sohr (entrevista personal, 3 de diciembre de 2020) cuando se habla de infodemia no se habla solamente de la desinformación que es parte de ella sino de la información que circula en un contexto de avalancha de noticias: “En marzo y abril no se entendía lo que estaba pasando. Había informaciones ciertas y hallazgos científicos que se mezclaban con desinformaciones. Era muy difícil, aun con la intención de informarse, estar al día con todo lo que estaba ocurriendo”. Y entiende como parte de la confusión generalizada, que por un lado surgía la información desde fuentes sanitarias junto a las medidas dispuestas por el Gobierno, mientras se analizaba cuáles eran las que tomaban en otros países. “Allí es muy fácil que se mezclen las desinformaciones, sobre todo por la avidez de las audiencias de entender y saber todo de manera urgente”, reflexiona Sohr. Además, la licenciada en sociología y periodista, también distinguió a los tipos de desinformación en dos categorías:

Algunas desinformaciones son producto de la ignorancia, y por otro lado es difícil saber a ciencia cierta la intención de alguien. A modo de hipótesis, las primeras desinformaciones que surgieron sobre remedios caseros (por ejemplo: tomar té con jengibre o comer ajo) están más vinculadas a la buena fe de tratar de aplicar remedios caseros contra la gripe que al coronavirus, que además de no ser efectivos pueden

generar una sensación de falsa seguridad. Pero detrás de eso puede haber una buena intención, mezclada con desconocimiento. Y por otro lado están los pseudodocumentales (sic), con médicos o especialistas, con niveles de producción más sofisticados que hablan del origen del virus en laboratorios. En esos casos es más plausible pensar que detrás hay una intención de desinformar.

La licenciada en biotecnología Mercedes Pastorini (entrevista personal, 23 de noviembre de 2020) explica que la infodemia es un término que formaliza una situación que venimos viviendo desde antes pero que se ha exponenciado durante la pandemia. “Una tormenta de fake news, en donde uno necesita saber todo ya. Seguramente esto se aplaque cuando pase la pandemia. Ahora es todo Covid. Y genera una demanda muy grande en los medios y en la gente”. Para Pastorini, las fake news, por su naturaleza, tienen muchísima más réplica en redes sociales, especialmente en twitter: “En un hilo de Twitter la noticia falsa es mucho más leída y replicada que en donde el usuario quizás se retracta y no tiene la misma repercusión”. Y al igual que Sohr (2020), sostiene que hay muchas desinformaciones que no surgen acá, que son importadas, y trae como ejemplo el caso de Italia, en donde se decía que la gente se contagiaba cuando salía a conversar a los balcones y eso mismo se trató de instalar en Argentina al comienzo de la pandemia. Fernando Ruiz (entrevista personal, 27 de noviembre de 2020) recuerda que durante la fiebre amarilla, determinadas colectividades extranjeras, lo que hoy sería el equivalente a grupos específicos que se manifiestan en las redes sociales, resistían la entrada de los médicos y de las vacunas porque decían que en lugar de curar enfermaban. Y agrega: “Lo mismo pasó 100 años antes con la vacuna de la viruela. Mataban a los curas y a los médicos que la promovían. Las redes sociales siempre existieron, ahora se adaptaron a la tecnología. Lo que cambió es que a las redes sociales digitales las tenemos visibilizadas, ahora se puede distinguir perfectamente su trazabilidad”. Luchessi (2020) le da continuidad a este concepto: “Lo que ocurre *offline* es lo mismo que ocurrió siempre. Confundir a las plataformas o redes sociales con las comunidades, es un error. Las comunidades son fenómenos humanos, no digitales, y se adaptan a las nuevas herramientas”.

Sohr (2020) reflexiona que en momentos de crisis y de incertidumbre las desinformaciones crecen y se expanden: “Cuando la Ciencia no habla con certezas pero alguien sí lo hace, hay sectores de la población que se aferran a eso. Eso en parte construyó la infodemia durante la Pandemia”.

En relación a esto último, vemos un ejemplo publicado por Clarín (26 de enero de 2020)

a principios de 2020 cuando por aquel entonces se especulaba con la llegada del coronavirus a nuestro país, así como en sus características, comparándolo con casos anteriores de virus y gripe:

Salud

Afirman que el riesgo de que el coronavirus llegue a la Argentina “es bajo”

Desde el Ministerio de Salud de la Nación dicen que están atentos y preparados para actuar en caso de ser necesario.

En el cuerpo de la nota, y en línea con el título, se destaca el testimonio de un infectólogo:

El infectólogo Eduardo López, jefe del Departamento de Medicina del Hospital de Niños Ricardo Gutiérrez, coincide en que las posibilidades de que llegue a Argentina son pocas. “Con el brote del síndrome respiratorio agudo y grave (SARS) en 2003/2004, otra cepa del coronavirus, hubo 8.000 casos y 800 muertos en el mundo, y no tuvimos ninguno en Argentina”, destaca López y afirma que es un virus que tiene más chances de supervivencia con temperaturas bajas y poca humedad, elementos que lo alejarían más de nuestro país en esta época del año (Clarín, 26 de enero de 2020).

Cuando el virus comenzó a resonar en Argentina, todavía como algo lejano, fue el inicio de las afirmaciones presurosas y las conclusiones erróneas. La urgencia por comunicar a partir de algo desconocido, y en concordancia con Sohr (2020), la Ciencia cayó en el juego mediático de intentar explicar la evolución y el impacto de esta nueva enfermedad, comparándola con lo que creían similar a otras anteriores, y desde allí se comenzó a gestar la infodemia, con la connivencia de los medios de comunicación ávidos de informar dando por válido lo expresado por especialistas.

También, la socióloga y periodista Sohr (2020) añade su visión en la misma línea:

En la avidez por saber de parte de la audiencia junto a la necesidad de satisfacer esa

curiosidad por parte de los medios, miran a la comunidad científica para ver qué hay de novedoso y se empiezan a publicar temas que no están debidamente analizados. Hay veces que los *papers* son débiles y con falta de rigurosidad. En ocasiones los *papers* también aclaran que están haciendo algo muy limitado y después eso se extrapola a conclusiones muchos mayores en los medios y eso contribuye a la desinformación.

En contrapartida, Silvana Giudici (entrevista personal, 12 de octubre de 2021) expresa que cuando hablamos de desinformación se debe incluir aquello que forma parte del espectro de lo nocivo, lo malicioso, del discurso del odio o los agravios. Y añade que la falta de especialistas o el no poder entender un fenómeno que estaba en curso y que luego fue ajustándose en cuanto a la cobertura periodística no debería considerarse como infodemia:

Un acto de conmoción mundial hace que los medios tengan que ir buscando sus propias herramientas para una cobertura lo más plural y con la credibilidad suficiente, para que eso vaya generando en sí mismo una audiencia sólida. De eso se nutren los medios. Cuanto más creíbles, verificables y ajustados a la ciencia y a las especialidades, más consumidos serán por las personas. Y eso siguió su curso natural en esta pandemia, todo tiene su proceso de acomodamiento.

Nuevamente Pastorini (2020) habla de las “contradicciones” entre los comunicadores, independientemente del ámbito u organismo al cual representen: “También tienen que dar el ejemplo cuando aconsejan”. Y sostiene que la responsabilidad del comunicador es enorme, más aún durante una pandemia: “No es lo mismo decir ‘vamos a tener una vacuna en tal fecha’ que decir ‘probablemente tengamos’ o ‘creemos tener’, porque se genera una expectativa que se refleja en la ansiedad generalizada que se percibe día a día”. Y resalta el valor de comunicar no solamente sobre algo que es cierto, sino también con las palabras y con el contexto correcto:

Cuando dijeron que la vacuna de Oxford iba a estar en septiembre fue una fallida terrible que generó una expectativa tremenda. Cuando muchos de los que trabajamos en el desarrollo de vacunas sabemos que esto lleva muchísimo tiempo. Entonces se genera una confusión muy grande en la ciudadanía. Son mucho más graves las publicaciones surgidas desde comunicadores que las anónimas en redes sociales. Los comunicadores y las figuras públicas generan confianza en la gente. No es lo mismo que lo diga un profesional a que lo diga un anónimo. Las cadenas anónimas terminan

prendiendo mejor en aquellas personas o grupos que creen en teorías conspirativas, pero los comunicadores hacen mucho daño si no comunican en tiempo y forma.

El licenciado en comunicación y director de Proyecto Desconfío, Adrián Pino (entrevista personal, 24 de agosto de 2021), hace hincapié en cómo mutó la circulación de la información en relación a lo que podríamos llamar piezas de desinformación, y que allí se han visto dos cambios importantes. El primero, es la velocidad con la que circulaban estas piezas al inicio de la pandemia, mucho más veloz de la que estábamos acostumbrados. Y remarca que este fenómeno no solo se dio en Argentina, sino en toda la región de Latinoamérica. El segundo aspecto relevante, es que efectivamente la desinformación empezó a verse por primera vez de forma directa, como causal de las acciones de los sujetos que se desinforman a través de tales piezas. Y destaca: “Acá lo veíamos como algo lejano con la elección de Trump. Pero al tratarse de un asunto de salud pública, la gente comenzó a tomar conciencia de que la desinformación es un problema que les puede afectar de manera directa”.

Siguiendo esta línea, Gastón Roitberg (entrevista personal, 20 de agosto de 2021), licenciado en comunicación y miembro de The Trust Project en La Nación, destaca:

El rasgo más característico de esta infodemia que nos toca atravesar, sin dudas es la velocidad de diseminación, sumado a los múltiples formatos, herramientas y canales de comunicación e idiomas. Otra característica, también, es la apariencia de una pseudo confiabilidad. Están tan bien hechas algunas piezas de comunicación en diferentes formatos, que quien no tiene el gen de desconfianza suele difundir ese material. Y ese es uno de los grandes peligros. Si esto fuese un canal unidireccional, como en otras épocas de la comunicación, sería distinto. El tema es que hoy somos todos emisores y receptores. Y sumado a que estamos en la época de ‘no me importa si es falso, igual lo voy a compartir’.

Además, Roitberg (2021) analiza que con la pandemia se generó un ida y vuelta entre las personas que no forman parte de la comunidad científica o que no están empapadas en los temas referidos a la salud. Para él, el desafío más grande fue que comenzó a circular una gran cantidad de información anómala desde que se decretó el comienzo de la crisis sanitaria. “No solo de los que se hicieron los especialistas y divulgaron información no precisa, lo cual también es desinformar, sino también lo que circulaba a velocidad supersónica por los servicios de mensajería con información supuestamente verídica”. Esto generó que los medios fueran más eficientes en sus procesos de chequeo,

así como los servicios específicos de chequeo de información tuvieron que incorporar nuevas herramientas y perfeccionar sus circuitos de validación. Y menciona como ejemplos los mensajes o audios de supuestos especialistas explicando los riesgos de vacunarse. Pero reconoce que los grandes medios corren con la ventaja de tener periodistas especializados, sumado a que un profesional con muchos años de experiencia en la temática, es difícil que no desconfíe de ciertos materiales o de determinadas comunicaciones que le llegan. Ya que, ante todo, tienen el gen periodístico de primeramente desconfiar, sumado a que cuentan con la especialización en el tema que hace más simple detectar la anomalía. Distinto es el caso de los medios más pequeños u organizaciones que no tienen ese tipo de especialistas o mecanismos para detectar el problema. Y subraya: “Quienes trabajamos en los medios sabíamos que con el inicio de la pandemia todo lo que era desinformación se iba a multiplicar, y así fue”.

Pablo Oro (entrevista personal, 23 de septiembre de 2021), licenciado en periodismo y referente del Proyecto 100 Por Ciento, menciona que a su vez hubo cambios en la conducta del ciudadano:

Quizás porque proliferaron muchos lugares donde advertir al usuario de internet y consumidor de distintos medios de comunicación y de redes sociales. Hasta el propio Gobierno creó un sitio describiendo los principales modos de desinformación y puntualmente vinculadas a la infodemia. En ese sentido, la formación que tiene la gente y sobre todo los periodistas y comunicadores, así como con la vacuna, tenemos más defensas y mayores cuidados ante la desinformación. Obviamente que el fenómeno perdura y seguirá existiendo, porque surgen distintas modalidades de intentar captar la atención mediante el engaño. Hoy hay claros ejemplos del desarrollo tecnológico en esta materia, como lo son las deep fakes. Es una muestra de que alguien que quiere hacer el mal, ya sea con informaciones falsas u operaciones de prensa lo seguirá generando.

En la pandemia, como todo proceso en el cual participa la sociedad y entran en juego los comportamientos humanos, ocurrió que a todos nos tomó de sorpresa con mucha incertidumbre y angustia, y hubo quienes quisieron aprovecharse de eso por diversos intereses. Si se hace una comparación entre los primeros días de marzo de 2020 con los meses siguientes y el avance de la pandemia, se percibe algo más de cultura ciudadana con respecto a la desinformación (Oro, 2021).

La cofundadora de Datos Concepción y licenciada en periodismo, Soledad Arréguez

(entrevista personal, 30 de agosto de 2021), expresa que la desinformación no es un fenómeno nuevo, y que las mentiras y los engaños forman parte de la comunicación desde hace tiempo, puntualmente en lo que hace a las operaciones de prensa. Sin embargo, hoy es un fenómeno que nos tiene muchos más atentos, porque ha cambiado la dinámica dentro del ecosistema de la comunicación. Las plataformas digitales, que permiten la publicación en línea en las redes sociales, bitácoras, blogs y hasta el armado de piezas y la edición o manipulación de videos, hacen que cada vez más usuarios sean productores de contenidos, y que todo eso anteriormente estaba reservado para un grupo específico de personas. Por otra parte, destaca que también está la velocidad de transmisión de los mensajes comunicacionales y que es algo que se viene dando en las últimas décadas, en lo que refiere a las mutaciones del paisaje mediático: “Este esquema reticular en donde se rompen los principios del esquema del broadcasting, ha hecho que la información circule de manera más rápida y en distintas direcciones por lo tanto hace mucho más difícil controlar este flujo de información”.

Además, Arréguez (2021) remarca que los ciudadanos en general estamos cada vez más tiempo en línea:

Puntualmente con el surgimiento de la pandemia, en este momento de emergencia sanitaria, terminamos de volcarnos a lo digital. No solo para acceder a contenido informativo, también para estudiar, trabajar e interactuar con amigos y familiares. Con lo cual, si antes de este período teníamos una dieta mediática que apuntaba crecientemente hacia lo digital, en este último tiempo se acentuó exponencialmente. Es así que la desinformación ha encontrado un lugar ideal para crecer, ya que en el entorno digital estas piezas se mueven mucho más rápido. Si cada vez más personas acceden a la información a través de medios digitales, sean estos sitios de noticias, aplicaciones o redes sociales, entonces necesitamos ver cómo podemos hacer que tengan elementos para detectar o verificar piezas de desinformación y que sea un lugar mucho más seguro en donde consumir o encontrar datos.

Desde la mirada de Miriam Lewin (entrevista personal, 22 de septiembre de 2021), la defensora del público de la Defensoría del Público analiza a la pandemia como un fenómeno inédito y recuerda, y lo compara, con el surgimiento del sida:

Lo más parecido que puedo recordar a gran escala fue el estallido del VIH, del que no se sabía nada sobre este virus, en el año 1981. No se usaban los baños de los bares y las mujeres dejaron de ir a las peluquerías, entre otros ejemplos. Había una paranoia

análoga a la que se vivió en las primeras semanas de la llegada del Covid-19 a la Argentina. Con el agravante de que si bien en la época del surgimiento del sida, que también fue un virus que arrasó con buena parte de la población, en este caso lo que comenzó a circular fue un montón de información contradictoria pero con cierto aire de veracidad. A diferencia de que en aquellos años eran todos interrogantes, en esta pandemia se buscaba comunicar directamente con certezas. Nos aferrábamos a afirmaciones como que el consumo de líquido caliente neutraliza el coronavirus. Consumíamos y consumimos información sobre cómo nos podríamos proteger y curar de la enfermedad. Uno de los picos de la desinformación fue la llegada de las vacunas. Según su procedencia, eran descalificadas y escondían claramente intereses geopolíticos y comerciales con estas estigmatizaciones. Se suponía que la vacuna Pfizer era la más eficiente, cuando había otras vacunas producidas por el mundo occidental, pero seguramente la Pfizer había invertido más en su campaña de difusión. No vi a nadie pidiendo por alternativas como Astra Zeneca o Moderna. Todos querían Pfizer. Y la descalificación hacia la Sputnik, primero desde el ámbito científico y que luego se hizo eco en la sociedad en general, a la cual se la llamó ‘la rusa’ y hasta ‘la soviética’.

Desde el periodismo científico, aporta su reflexión Bruno Massare (entrevista personal, 29 de septiembre de 2021), entendiendo que el rasgo más característico de la pandemia y por consiguiente la infodemia que se generó, apunta a los sectores antivacunas: “Buscaron desinformar mediante diversos circuitos, tal como en otros tiempos existieron los terraplanistas quienes también pretendían difundir ideas opuestas a la realidad comprobada y basada en investigaciones científicas”. El presidente de la Red Argentina de Periodismo Científico, agregó que en este caso se tornó en algo más crítico, porque “en medio de una pandemia una desinformación tiene consecuencias directas sobre la salud y esto se relaciona directamente con la urgencia que existe por informar de forma correcta y consciente”.

El director ejecutivo de ADEPA, Andrés D’Alessandro (entrevista personal, 6 de octubre de 2021), asegura que el fenómeno de la desinformación se venía incrementando hasta la llegada de la pandemia, pero no únicamente como algo negativo sino que también le encuentra su faceta positiva:

Por el lado negativo, obviamente porque es un fenómeno que afecta a los ciudadanos como consumidores de información, principalmente en internet que es en donde se accede mayormente hoy en día y en donde más circula. Y el aspecto positivo es la

propia discusión sobre la desinformación, en este caso la infodemia. El concepto de desinformación ya se había instalado en buena parte de la sociedad previo a la pandemia, inclusive por fuera de lo que es el espacio de los medios, y sus términos ya estaban calando en cuanto a lo conceptual y a lo práctico. Pero con la pandemia se acelera todo, tanto lo bueno como lo malo.

D'Alessandro (2021) cree que tanto a él como a otros periodistas, con mayor frecuencia, familiares y amigos les consultaron si determinada información era verdadera o falsa. Ya sea sobre temas referidos a la salud personal, como cuestiones de salud pública y asuntos más complejos como la política, la economía y las medidas que se fueron tomando durante este período. Y resalta que “conceptos como infodemia, pasaron a formar parte del vocabulario de las personas que antes no tenían noción alguna de qué se trataba”.

3.2. Informar en pandemia: la responsabilidad de los medios de comunicación

Desde el inesperado arribo de la pandemia a nuestro país, y conforme el avance de la enfermedad provocada por el virus del Covid-19, ineludiblemente uno de los puntos que comenzaron a ser observados fue el *modus operandi* del periodismo con respecto al tratamiento del tema. Por eso, a continuación, se pondrá en análisis el rol de los medios a la hora de comunicar contenidos vinculados a la salud.

Fernando Ruiz (entrevista personal, 27 de noviembre de 2020) comenta que es muy difícil abordar temas de salud desde el punto de vista informativo, porque hacer noticia a partir un rumor implica una gran responsabilidad debido a la repercusión que genera en la gente, pudiendo salvar vidas o ponerlas en riesgo. Considera que se activan todos los prejuicios y las creencias, a partir de una latente ignorancia sobre temas que resultan ser de vida o muerte, por lo cual imperiosamente se debe analizar el contexto, ya que durante una enfermedad como lo es una pandemia no fue lo mismo informar al comienzo cuando la incertidumbre era absoluta que hacerlo cuando existe una vacuna o antídoto.

A su vez, analiza cómo encuentra la pandemia al periodismo teniendo en cuenta el espacio que ha ocupado la salud en la agenda de los medios. También, la falta de expertos producto de los recortes que ha sufrido el sector en los últimos tiempos:

Corresponde evaluar qué lugar ha tenido históricamente la salud en los medios argentinos y cómo la precarización de los medios ha repercutido principalmente en salud y educación. La falta de especialistas en los últimos tiempos para estos temas

tan específicos también ha influido sin lugar a dudas. Y siguiendo con la precarización de los medios, se reduce la cantidad de gente en los equipos periodísticos y aumenta la cantidad de notas a producir. Lo cual ataca directamente a la profundidad que se le puede abordar a un tema.

En conexión con Ruiz, el licenciado en comunicación y director de Proyecto Desconfío, Adrián Pino (entrevista personal, 24 de agosto de 2021), explica que más allá de que un medio no invente lo que publica, desde el momento que se le da visibilidad a un tema con información falsa o errónea, esa desinformación se propaga e impacta mucho más que si la divulgación parte desde un anónimo en redes sociales. Y añade: “Lo que hay, es una falta de capacitación específica. Porque el problema de la desinformación excede a la verificación standard de cruzar fuentes, que hemos hecho todos los que trabajamos en el periodismo”.

En la misma línea, Bruno Massare (entrevista personal, 29 de septiembre de 2021) afirma que la generación de una noticia falsa en un medio tiene que ver con el apuro de trabajar con el último momento, la competencia frenética por llegar a la primicia, ganar clicks y lograr un mejor posicionamiento digital, lo cual va en detrimento de la calidad de lo que se produce. Pero sobre todo, por la precarización laboral en los medios, los malos sueldos, las redacciones que se reducen cada vez más con retiros voluntarios y periodistas que no son reemplazados cuando dejan su espacio. Y sentencia el panorama desfavorable: “Hay una persona que está trabajando ocho horas cargando cables y un editor que no tiene tiempo de revisar todo, en donde muchas veces ni hay uno o los que hay no están especializados ni en ciencia ni en salud”.

No obstante, Pino (2021) no descarta los métodos de chequeo convencionales y expone otras falencias:

Ese mecanismo no está mal, y alcanza en la mayoría de los casos, pero cuando hay temas muy novedosos como el que estamos atravesando con la pandemia, donde es muy difícil saber a dónde hay que ir a verificar parte del problema, los medios se encontraron con una falta de especialistas que estuvieran más entrenados en entender cómo funciona la dinámica de la desinformación y, por lo tanto, estar más preparados para hacerle frente. Esto indefectiblemente está relacionado con otros factores como la precariedad laboral, la presión por publicar y la voracidad por los clicks.

Por su parte, Pastorini (entrevista personal, 23 de noviembre de 2020), pone el foco en los periodistas no especializados que se explayan en temas sensibles en medio de una

pandemia. Sobre todo cuando utilizan como fuente determinados *pre-prints* científicos, los cuales generan confusión por los términos que allí se explican y por la propia sensibilidad de los temas. Mientras que los periodistas científicos los toman como tales a los *pre-prints*, los no especializados publican notas y generan contenidos sobre temas que no entienden mucho y avalan algunos resultados que son preliminares y en algunos casos que ni siquiera encuadran en el formato pre-print:

Los científicos sabemos que los *pre-prints* no están chequeados y de ellos posteriormente encontraremos que muchas cosas son ciertas y que otras no. Pero lo grave es que de esos *pre-prints* se han publicado noticias afirmando muchas cosas que no lo son. La no intencionalidad también existe y se ve con claridad en la publicación de resultados de forma apresurada, que surgen de estos repositorios de libre acceso, para que todo el mundo acceda y lea lo que alguien pagó para publicar pero que no está chequeado. Ya existe un negocio muy fuerte vinculado a los artículos científicos y *papers*, y uno tiene que pagar tanto para publicar o como para leerlo, y detrás de eso hay una competencia.

La Defensora del Público, Miriam Lewin (entrevista personal, 22 de septiembre de 2021), agrega que en torno al coronavirus no toda la desinformación es voluntaria, ya que el conocimiento sobre la enfermedad crece de forma exponencial y vertiginosa, en donde ni siquiera los especialistas de determinadas áreas de la salud pueden estar al tanto de los últimos hallazgos y del resultado de las últimas investigaciones. Y reconoce que “los periodistas, en el afán de generar un debate, cruzan a un especialista de la Sociedad Argentina de Infectología con un farmacéutico o un cardiólogo, quienes pueden tener una formación sólida en lo suyo pero no sobre coronavirus ni vacunación”. Para Lewin (2021), en este contexto, promover los debates sobre salud genera alarma, pánico y zozobra, “porque para el común de la gente, todos los mencionados integran el campo de la medicina”.

Massare (entrevista personal, 29 de septiembre de 2021), aporta su mirada desde el periodismo científico y afirma que “se debe trabajar con la misma esencia que en cualquier ámbito del periodismo, y más aún en tiempos de pandemia en donde la información circula a mayor velocidad y las versiones pueden ser muy diversas”. Y valida las tradicionales prácticas periodísticas sobre el chequeo de fuente, así como en los casos en los que no se tienen certezas lo mejor es no lanzarse hacia una supuesta primicia, prevaleciendo siempre la cautela ante la posibilidad de cometer errores evitables.

Sohr (entrevista personal, 3 de diciembre de 2020) observa que cotidianamente cuando una desinformación circula por las redes algunos medios, suponiendo que obran de buena fe, las retoman con el afán de generar nuevos contenidos y mayores visitas a sus sitios y sin terminar de chequear la validez de lo que está circulando. Un mecanismo que se multiplicó en la pandemia, sobre todo en los primeros meses que se publicaban muchas cuestiones que eran difíciles de evaluar y mucho menos sin un equipo especializado. Esto, sumado a la necesidad de los medios de comunicación de generar mayores ingresos a sus notas, acrecentando su audiencia, también tiene como conclusión el mecanismo de generar contenidos diseñados para tal fin más vinculado a lo monetario que a la rigurosidad periodística. Para Sohr (2020), se debe a que “algunos medios tienen la gran presión de generar clicks para atraer más audiencias y así subsistir”. Con el aliciente de que se publiquen contenidos con determinada intencionalidad, porque las desinformaciones generan clicks, los cuales producen ingresos económicos.

Sobre esta problemática, Pastorini (2020), comenta que las redes sociales y los medios de comunicación digitales están “detrás del negocio del click”, en donde muchas veces el título de una publicación no representa lo que luego se lee en el cuerpo de una noticia: “Eso es gran parte de las fake news. Este negocio también llega a los noticieros de televisión, porque hay tanta demanda de noticias sobre Covid-19 que ponen cualquier cosa y, para peor, las siguen repitiendo”.

En el siguiente ejemplo, El Tribuno de Salta (1° de octubre de 2020) publicó un artículo proveniente de los anteriormente mencionados *pre-prints* que posteriormente fue desacreditado ya que se trataba de un estudio preliminar realizado por un equipo de científicos pero que no había sido evaluado por otros miembros de la comunidad científica:

CORONAVIRUS

Afirman que la leche materna mata a la mayoría de las cepas vivas del coronavirus

1 DE OCTUBRE 2020 - 08:55

Investigadores chinos descubrieron que la leche bloquea la adhesión viral e incluso la replicación de las células del virus.

En línea con el ejemplo citado, la directora de ENACOM, Silvana Giudici (entrevista personal, 12 de octubre de 2021), resalta que en los inicios de la pandemia, los medios argentinos en general brindaban apreciaciones sobre cómo combatir a un virus del cual se sabía poco, a través de recomendaciones y opiniones de expertos en salud que luego, con la comprobación de los hechos y de los avances científicos que se estudiaron según el comportamiento de la pandemia, fueron cambiando. Pero aclara que “una cuestión es el tratamiento de una pandemia nueva, con cuarentenas cuyas características se asemejan a las de la Edad Media reeditadas en 2020 lo cual generó un fenómeno informativo en sí mismo”. A su vez, sostiene que con el transcurso del tiempo y sumado a que empezaron a aparecer tratamientos, soluciones y curas contra la enfermedad, el periodismo fue ajustando sus criterios informativos en base a datos científicos y los medios con mayor capacidad, trayectoria y prestigio fueron elaborando sus propios mecanismos de verificación de la información.

En el caso de The Trust Project, del cual forma parte La Nación, el licenciado en comunicación Gastón Roitberg (entrevista personal, 20 de agosto de 2021), explica cómo funciona la alianza entre ambas empresas, desde el compromiso a la hora de publicar información chequeada como al rectificar publicaciones erróneas:

A través de The Trust Project tenemos un doble compromiso. Por un lado, responder a estándares de calidad que exige pertenecer a esta alianza. Por otra parte, la presión que existe a la hora de transparentar los errores. En nuestro caso, rectificar en la misma nota que se cometió el error, incluyendo todas las aclaraciones pertinentes. Pero lo que no hacemos es desmentir a otros medios. Es decir, que si en La Nación sabemos que determinados medios llevan al tema por el ‘camino A’ y nosotros estamos seguros de que lo correcto es ir por el ‘camino B’ así lo abordaremos, pero jamás haciendo referencia a otro diario o periodista para buscar una confrontación con su contenido. Ese no es el estilo de La Nación, ni la misión de The Trust Project, y más bien corresponde a los que hacen periodismo sobre el periodismo.

Desde ADEPA, su director ejecutivo, Andrés D’Alessandro (entrevista personal, 6 de octubre de 2021) reconoce un déficit en lo que hace a la presencia de especialistas en las redacciones, que rápidamente puedan explicar con exactitud y claridad determinados fenómenos que generan gran incertidumbre. Aunque aclara que “los medios actualmente tienen que tener la cualidad de hacer metamorfosis permanentemente según los temas que surgen en la cotidianeidad”. Pero, a pesar de esto, no es posible contar con especialistas para todo, ya que no hay presupuesto para eso y además hay una crisis

evidente en el modelo de negocios que repercute en la calidad de los contenidos periodísticos: “Los medios en la última década han visto reducido sus ingresos, en beneficio de las plataformas que deciden los costos de la publicidad digital y al mismo tiempo tienen las empresas mediante las que se publicita en los sitios web”. Por eso, retoma la idea de que la capacidad de adaptación tiene que ser un valor y no un disvalor, y por la dinámica de los acontecimientos que vivimos lleva a buscar especialistas en distintos temas. Asimismo destaca que los grandes medios supieron reaccionar a tiempo y acomodarse a la demanda de sus audiencias ya que de forma abrupta hubo una gran necesidad de conseguir información.

Para D’Alessandro (2021), si bien las leyes protegen a los periodistas en lo que refiere a censura previa, estos son responsables de sus publicaciones y por eso los medios suelen recibir denuncias y cartas documento cuando se comete alguna equivocación. También agrega que “los medios de comunicación tenemos un editor responsable, y una responsabilidad de cara la ciudadanía, y somos pasibles de ser enjuiciados en el caso de que cometamos algún delito”. Y aclara que los miembros de ADEPA tienen la política de diferenciar con claridad entre las desinformaciones que circulan en las redes sociales, con los errores que se puedan cometer en los medios de comunicación, y que lleven a estos últimos a publicar eventualmente alguna desinformación. En consecuencia, sostiene que debe existir una política destinada a reconocer el error, corregirlo y eventualmente dar las explicaciones necesarias para que los lectores conozcan porqué se cometió tal equivocación. Sin embargo, aclara que en el mundo digital conviven los medios de comunicación con quienes no forman parte de ningún medio, más los que se manejan desde el anonimato, que pueden publicar cualquier tipo de desinformación sin las consecuencias que sufren los medios:

Hay una cuestión vinculada con el modelo de negocios de las plataformas, sobre todo en algunas redes sociales en particular, que benefician la circulación de desinformación. Anterior a la pandemia, ya se había podido identificar en casos como la elección de Donald Trump o con el tema del Brexit, en donde hubo usinas de desinformación diseminadas por distintas partes del mundo totalmente disociados desde el punto de vista político, como por ejemplo en Macedonia, en donde se generaba contenido desinformante que se publicaba en las redes sociales. Básicamente porque mediante el clickbait obtenían un rédito económico. Y a partir de allí, las grandes plataformas intentaron controlar con mayor o menor suerte estos contenidos que permitían que se publicaran y que de cierta forma lo siguen

permitiendo. Y aquí hay dos grandes diferencias. Un editor responsable se hace cargo de lo que se publica, porque si sucede una equivocación flagrante el medio asume su responsabilidad. No sucede lo mismo en las redes sociales, porque no hay nadie que se haga cargo. Más allá de los mecanismos que pueden haber incorporado las plataformas para desvincular contenido falso a través de los fact checkers.

Según la mirada de Pablo Oro (entrevista personal, 23 de septiembre de 2021), se cometieron muchos errores por la vorágine de informar al instante. Uno de esos errores fue el de no recurrir a los especialistas, sumado a que en el afán periodístico de estar al tanto de todo se cometió el error de opinar cual especialista en pandemia. Y el licenciado en periodismo y líder del Proyecto 100 Por Ciento, entiende que en ese circuito se han desplazado a colegas que sí tienen tal capacitación y conforman el periodismo científico. Además, asume que a buena parte del periodismo le cuesta entender cómo es el proceso de la ciencia, en donde hay validaciones, confrontaciones en la propia comunidad científica, y con el aliciente de que se trata de un hecho que es novedoso para todo el mundo. Oro agrega que “infodemia no es solamente la mala información, es también la mezcla entre la buena y la mala información que genera confusión. Los medios, por negligencia en lo que hace al rigor periodístico, cometemos errores a diario”.

En su análisis, el puntano Oro pone sobre la mesa el factor de la intencionalidad a la hora de interpretar las desinformaciones en determinados momentos de la pandemia y o exime al Gobierno de su responsabilidad a la hora de comunicar:

Los medios de comunicación han desinformado, pero yo creo que no de manera intencional salvo alguna excepción. Sí podríamos discutir con mayor profundidad la intencionalidad en momentos puntuales como en la discusión del tema vacunas, el manejo de la cuarentena y en la previa a las elecciones legislativas, en donde los asuntos se tornan más politizados. Obviamente que hay medios de comunicación que tienen una línea editorial más marcada, y buscan llegar a su audiencia más afín. La famosa grieta también afecta a los medios de comunicación. Se sabe que la gente sigue a los medios para reafirmar sus posturas o para escuchar la parte de la información que más la identifica. Acá en San Luis, lo veo a diario con familiares y amigos que consumen los diarios que más se ajustan a su ideología. Hasta el propio Gobierno ha desinformado durante el avance de la pandemia, sobre todo al inicio, pero sin tal intención. El Estado también se puede convertir en un ente desinformativo, si no informa o no sabe comunicar sobre estos temas. Se generan interpretaciones por parte de la ciudadanía cuando el Gobierno no es claro y preciso

con estas comunicaciones, y eso es algo grave. Por ejemplo, acá en San Luis, luego de las elecciones legislativas el Gobernador Alberto Rodríguez Saá anunció que ya no habría más restricciones, solo recomendaciones. Pero al no haberse publicado ningún decreto se generó una gran confusión en la comunidad, sobre todo en los comercios que no tenían claro qué medidas debían seguir aplicando para atender a sus clientes, en lo que refiere a cuidados sanitarios.

Muchas veces lo que se genera en las redes sociales, para Soledad Arréguez (entrevista personal, 30 de agosto de 2021) luego se amplifica mediante los medios de comunicación cuando estos lo levantan y lo publican. Es por eso que los medios tienen responsabilidad por darle entidad a ciertos datos erróneos o porque a veces por subirse a la tendencia de algo que circula en redes, terminan dándole mayor visibilidad y amplificando ese dato o información que no es segura o fiable. Para ello, sostiene que “se necesita capacitación, pero además de eso entrenamiento, porque es necesario poner en práctica todo lo que hace a combatir realmente la desinformación”. Y para la licenciada en periodismo es vital que los editores de las redacciones tomen el compromiso de dar tiempo y espacio a los periodistas para que puedan capacitarse y llevar al ejercicio cotidiano estas herramientas.

Como cierre de este bloque de análisis y a modo de preámbulo del siguiente, Arréguez se focaliza en las líneas editoriales y en las rutinas periodísticas:

Así como hay organizaciones como First Draft que han trabajado en las motivaciones de por qué se incurre a la desinformación, ya sea por búsqueda de lucro o de poder, también hay que comprender el porqué de las publicaciones que tienen contenido falso pero sin la intención de haber incurrido en él. Esto sin dudas ocurre como producto de las rutinas periodísticas, con la rapidez que el ecosistema mediático exige a las redacciones en publicar y actualizar, sumada a la tiranía de los clicks, que lleva a las organizaciones a la forma de sobrevivir mediante la búsqueda tráfico. Hay ciertas tensiones que hacen que muchas veces se pierda rigor periodístico. Otro punto tiene que ver con las líneas editoriales. Si yo tengo una información que no está en sintonía con la línea que maneja el medio, ¿qué posibilidades hay de profundizar en el tema? Entran en juego los intereses del medio. Así como los sesgos de los propios periodistas que forman parte del equipo de trabajo. Si el periodista recibe una información y su propio sesgo actúa por encima de ella, no queda espacio para la verificación si ante todo no se cuestiona la veracidad de lo que le llega. Ese sesgo de confirmación, no lo lleva a corroborar un dato sobre el tema que está investigando.

Es un factor a tener en cuenta el sesgo, porque sin la intencionalidad se puede incurrir en errores u omisiones. El periodista tiene que desconfiar hasta de su propia mirada y así descubrir sus propios sesgos.

3.3. La construcción del discurso en los medios de comunicación y el impacto en su credibilidad

Luchessi (entrevista personal, 24 de noviembre de 2020) afirma que los medios son quienes construyen las voces autorizadas, las cuales muchas veces carecen de los conocimientos para tratar determinado tema, en este caso sobre la salud pública en medio de una crisis sanitaria.

A la par de este criterio, también corresponde analizar la repercusión negativa que tiene en los medios de comunicación, no solamente en relación a los contenidos emparentados a la desinformación sino por cómo se construye una línea editorial a partir de voces afines a la marca. Y repasa algunos elementos discursivos que hacen a la cuestión:

El encuadre y enfoque de los medios es algo que aplica para todos los frentes informativos. Se puede hablar del corte de calle y del caos de tránsito, pero no de la desigualdad, la injusticia y los motivos de la protesta que genera lo anterior. Entonces, a partir de las informaciones falsas y los rumores, se van generando operaciones políticas y de prensa. Surgen de intencionalidades generalmente, aunque también de incomprensiones y de ignorancias.

Aunque para Ruiz (entrevista personal, 27 de noviembre 2020) durante la pandemia no hubo ningún medio argentino detrás de una deliberada intención desinformativa, sí hubo desde el comienzo una serie de discusiones entre élites, compuestas por médicos, epidemiólogos, economistas, etc. que no se ponían de acuerdo y que posiblemente podían ser refutados en sus afirmaciones. Dentro de ese elenco, cada medio eligió la fuente que le resultó más empática. En sintonía, Sohr (entrevista personal, 3 de diciembre 2020) se lo adjudica a las polarizaciones:

En cuanto se toma partido y se polariza un tema sanitario, no ayuda a su discusión y tampoco contribuye al debate público. Los medios, con su línea editorial, marcan agenda y eligen a los protagonistas o a determinadas voces para contar sus historias. Pero, a su vez, hoy los medios controlan mucho menos la agenda que hace 20 años atrás. Porque hoy están las redes sociales primero. Democratizaron la discusión

pública. Antes, varios grupos que no tenían llegada a audiencias masivas porque no pasaban el filtro de lo que les interesaba contar a los medios tradicionales, y hoy tienen una llegada más directa y pueden imponer agenda desde otros lados. Por eso hay que ver el lado bueno y el lado malo de las redes. Que los medios tengan agenda no es nada nuevo, el problema es que lo hagan con segundas intenciones.

Luchessi (2020) añade que corresponde separar a las empresas de medios de comunicación de los periodistas, ya que las primeras suelen tener intereses que no siempre son del orden mediático: “La disputa pasa por establecer una agenda, intervenir en negocios que no necesariamente son informativos porque buscan acrecentar su poder a partir de otros rubros ajenos al periodismo”.

La Nación (4 de noviembre de 2020), da un claro ejemplo de lo descripto en los párrafos anteriores, en este caso mediante la elección de una protagonista ajena al ámbito científico o sanitario:

LA NACION | ESPECTÁCULOS | CORONAVIRUS EN LA ARGENTINA

Coronavirus en Argentina: Carolina Losada cruzó a Alberto Fernández por la vacuna rusa: “Somos hámsters”

El artículo únicamente menciona el testimonio de Losada acompañado por su publicación en la red social Twitter, en contexto del anuncio por parte del presidente Alberto Fernández sobre la vacuna de origen ruso denominada Sputnik V, en el cual anunciaba la adquisición de 25 millones de dosis y su posible arribo a la Argentina en diciembre de 2020, cuya aplicación “sería gratuita, obligatoria y, en principio, para aquellos que integren los denominados ‘grupos de riesgo’”.

Retomando lo referido al comienzo del capítulo sobre el impacto en la credibilidad de los medios de comunicación, Ruiz (2020) expresa que la pandemia encontró al periodismo con niveles bajos de confianza para encarar una comunicación preventiva de salud. Según el presidente de FOPEA, los focos en el periodismo van cambiando, y en 2020 uno de los temas centrales era comunicar sobre salud preventiva: “Es una tarea difícil de encarar si tu credibilidad viene en baja”. Y nos deja una reflexión sobre cómo actúa la infodemia en la comunidad, en contraposición con la visión preventiva dispuesta por el sistema sanitario a nivel global:

En las grandes instituciones de salud a nivel mundial se dio un giro en los últimos años en lo que es mejorar la salud pública, apuntando hacia la prevención, y no trabajar solamente sobre la enfermedad y la cura. Con la infodemia ocurre lo inverso. A través de la comunicación se promueven conductas y creencias individuales y colectivas que te llevan a un abismo que te acerca a lo enfermo (sic) en lugar de alejarte. Salvo excepciones bochornosas, el núcleo del periodismo argentino se manejó bien durante la pandemia, pero cuando la gente ya no cree en el periodismo queda en un segundo plano si lo que les llega desde los medios está bien o está mal. Desde hace ya dos décadas esa credibilidad viene en baja por lo tanto es más complicado aún si de lo que vas a hablar se refiere a la salud. Por otra parte, la credibilidad se compone de dos caras. La primera pasa porque la audiencia crea que sabés de lo que estás hablando. Pero con eso la alcanza. Porque por otro lado, además de pensar eso, tienen que percibir que no existe una segunda intención por parte del periodista o del medio para el que trabaja. Y acá en Argentina, los periodistas son evaluados según para el medio que trabajan, según la línea política y editorial que los identifica. Un periodista puede estar dando la mejor información pero aun así no le creen.

Por su parte, Luchessi (2020) agrega que “los periodistas en su afán de desprestigiar a las instituciones han logrado un efecto rebote en el que han perdido credibilidad”. Y añade que la queja del periodismo profesional, en general, apunta a la informalidad o al ámbito del periodismo amateur y su relación con la circulación de información falsa en las redes sociales, lo cual pertenece al orden de lo incontrolable.

Desde Proyecto Desconfío, Adrián Pino (entrevista personal, 24 de agosto de 2021) explica que las herramientas como el machine learning son medianamente alcanzables por la industria de los medios y permiten entender mejor el discurso de cada marca. A modo de ejemplo, menciona “la calificación de los principales actores que hace cada medio, contando cuántas veces y cada cuánto aparecen determinados nombres, y si es con una calificación positiva, negativa o neutra”. Para Pino, estas herramientas son relativamente alcanzables y podrían empezar a instrumentarse de forma más habitual. Estas, se pueden utilizar desde la sociedad civil con monitoreos que utilicen estas herramientas para mostrarle al público la lectura de los medios, que es muy difícil de hacer en el día a día, para exponer cómo se han manejado en determinados casos. Además, cree que utilizados con buena fe pueden resultar como mecanismos de presión para que los medios puedan corregir ciertos desvíos. Y por otro lado, con un parámetro

más objetivo que pudiera hasta coordinar la propia industria de medios, para que cada vez que haya una intencionalidad negativa alevosa, se apliquen sanciones o requiera hacer una desmentida pública aclarando la situación. Pino concluye con que en la actualidad, en general, no se tienen muy claros cuáles son los mecanismos adecuados, y que por eso la inteligencia artificial puede ser un aporte importante, “sin perder de vista que los medios son empresas que tienen intereses corporativos, pero sabiendo que hoy en día está la posibilidad de analizar los discursos y hacer muy evidente quién eligió publicar determinado asunto y con qué objetivos”.

El editor del área digital de La Nación, Gastón Roitberg (entrevista personal, 20 de agosto de 2021), asume que todos los medios tienen una línea editorial y que no es algo que se haya modificado demasiado con el correr de los años ni con el surgimiento de la pandemia. Y destaca que hay una carga muy grande de lo que es el manejo privado en las empresas de comunicación. Pero aclara que las redacciones siguen siendo lugares muy plurales con respecto al pensamiento y al discurso: “Hay mucha teoría conspirativa de que detrás del periodista hay una alarma que suena si no escribe lo que supuestamente alguien le dicta. Más allá de que cada redacción tiene su cultura interna, su manera de trabajar y sus procesos”. Por otra parte, afirma que la rutina productiva siempre arranca a partir de la idea de nota de un editor o, en su defecto, de un redactor y que hay distintas maneras de cubrir esos temas que se quieren desarrollar.

Con respecto a esto último, Roitberg (2021) sostiene que en las redacciones no hay una intención manifiesta de hacer uniforme la opinión, porque cada persona que trabaja allí tiene su formación, su historia y su ideología:

Eso no significa que el medio no tenga línea editorial, y elija qué temas va a cubrir pudiendo, por ejemplo, darle lugar a las noticias de política y economía pero no a las de seguridad y espectáculos. Cada medio define su personalidad. Y puntualmente en lo que hace a la infodemia y al análisis del discurso de los periodistas, yo no conozco colegas que tengan la intención de desinformar. Uno puede cometer una mala praxis, un error o elegir una fuente no del todo precisa. Y si en algún momento existió un periodista cuyo objetivo principal fue el de desinformar, no debe haber durado mucho tiempo en esa redacción. Queda totalmente expuesto al foro actual, que son las redes sociales. Rescato mucho el poder de decisión que tiene un periodista para elegir qué tema va a desarrollar y el diálogo con su editor que es ahí en donde se produce la verdadera riqueza de una nota, ya que hoy se trabaja mucho más en equipo. Nunca antes en la historia, el periodismo estuvo tan exhibido a ese gran espacio de

escarmiento público, a veces para mí sobrevalorado, que puede ser Twitter, Instagram o cualquiera de estas redes de debate. Es cierto que en esos espacios solemos enterarnos primero de las cosas, pero también es cierto que la gente va a las marcas periodísticas para validar esa información. Si el medio deja de tener esa característica de validador, ahí sí estamos perdidos.

Por su parte, Pablo Oro (entrevista personal, 23 de septiembre de 2021) asume que estamos en una época “en la que ya todos nos sinceramos y sabemos qué orientación tiene cada medio y cada periodista en lo que hace a las rutinas productivas de los medios. Ya pasó aquello de rasgarse las investiduras del periodismo independiente”. Y sostiene que los periodistas en general responden a líneas editoriales y deben adaptarse a lo que la dirección de cada medio requiera. También, Bruno Massare (entrevista personal, 29 de septiembre de 2021) sintetiza que los medios grandes todavía marcan agenda, “quizás un poco menos que antes”. Pero son los que tienen mayor poder económico y los que adaptan su modelo de negocios según las tendencias y lo que resulte más redituable.

Para entender lo que son las rutinas productivas en el periodismo, Soledad Arréguez (entrevista personal, 30 de agosto de 2021) define que es importante diferenciar los conceptos de misinformation y disinformation, para lo cual es clave saber cuál es la intencionalidad. Está la intencionalidad dirigida a la producción de un contenido falso y el engaño que este conlleva, y están los errores involuntarios que se dan en el newsmaking. Dentro de un texto informativo hay distintos elementos que hacen al análisis del discurso que nos dan varias pistas de lo que el periodista quiere destacar. Y acá vale destacar desde los subjetivismos, cómo se aplican determinados deícticos, cómo se pueden trabajar la nominalización y la tematización. Son algunas de las distintas estrategias que se pueden emplear para la construcción de un texto que dejan en claro desde qué lugar o bien qué recorte hace el comunicador de determinada realidad. Además, hay que destacar y entender que los medios como mediadores de la realidad también la construyen. Arréguez afirma que toda historia es un recorte, y para el mismo se toman decisiones: “Para el análisis del discurso hay que prestar atención qué fuentes se incorporan, no solo las palabras que se emplean y los campos semánticos, sino también poder analizar cuáles son esas voces y a qué sectores responden”. Dichos factores son parte del tratamiento que se hace de la información, en donde queda plasmado el mecanismo de omisión o de incursión en ciertas tendencias que hacen al enfoque de la noticia.

Tal es así que para Arréguez (2021) la desinformación se vuelve un tema realmente

complejo, porque si las piezas que circulan en redes sociales, o los mensajes de WhatsApp, concluyen en un artículo de una organización de noticias, en donde la fuente que se está incluyendo está diciendo una mentira, entonces vale replantearse cuál es el trabajo de verificación dentro de las redacciones y cómo estas deben fortalecerse:

Las reglas del periodismo deberían lucirse y estar presentes en todas las piezas periodísticas, pero sabemos que a la hora de trabajar las propias rutinas productivas llevan a los periodistas a que no tengan tiempo de verificar una información o un dato, incluso de trabajar en profundidad una nota e indagar en esos puntos grises, accediendo a un mayor número de fuentes. En general vemos que las rutinas productivas conducen a sacar una noticia tras otra, lo que en muchos casos implica publicar noticias en desarrollo que no son ideales dentro de la ética periodística pero que en la práctica del día a día hace que esta se vaya debilitando. Si bien hay muchos periodistas que se toman con mucha seriedad su trabajo, esto no los exime de cometer errores u omisiones. Eso es muy diferente del periodismo que crea publicaciones utilizando conexiones que son suposiciones u opiniones y que disfraza contenido informativo. Es por eso que se necesitan unidades, equipos o periodistas que empiecen a entrenarse en herramientas de verificación, así como en investigación, para poder analizar el gran caudal de información que puede mover o tener un solo artículo.

Miriam Lewin (entrevista personal, 22 de septiembre de 2021) comenta que se puede prever, a partir de la línea editorial de determinado medio, cuál va a ser el discurso: “Desde que comenzó la reapertura de las actividades y que comenzaron a eliminarse algunas restricciones, aquellos medios que venían acusando al Gobierno de querer limitar nuestra libertad, ahora critican la eliminación de la obligatoriedad del uso del barbijo”. La Defensora del Público subraya que el discurso periodístico está muy ideologizado y que ya no se basa solamente en los hechos sino en que solamente se piensa desde algunos medios de qué manera dañar al adversario. Y sentencia: “Yo creo que no hay absolutamente ninguna objeción de que un medio se encolumne políticamente detrás de un partido, pero como ocurre en otros países esto tiene que ser explícito”. Para ella no es válido escudarse detrás de la independencia periodística, de manera tal que el discurso sea analizado como objetivo o neutral, cuando en realidad es totalmente parcial. Con el aliciente de que, según su mirada, la agenda de investigación periodística de los últimos años se ha empobrecido, sesgado y decayó en rigurosidad: “Pareciera que lo único que interesa no es aquello que constituye materia de interés

público, ni el bien superior como lo es la salud de la población, sino cómo generarle daño al adversario”.

En ciertas informaciones que circularon durante la pandemia más allá de veracidad o no, había consistentemente motivaciones económicas geopolíticas o políticas según Lewin (2021):

Cada vez se requiere un menor nivel de pruebas o excelencia y a veces se aventuran solamente hipótesis en lo que yo diría que no es periodismo de investigación sino denunciología (sic). En el caso de la pandemia, con la circulación de las listas de vacunados VIP, con la difusión de fotos de reuniones durante los tiempos de aislamiento estricto, se recurrió a este recurso. Las fotos del festejo del cumpleaños de Fabiola Yáñez de 2020 se publicaron 13 meses después durante la campaña correspondiente a las elecciones legislativas. Cuando se hace periodismo de investigación hay que tener en claro las motivaciones de la fuente, y hay que explicitarlas. Hay que redoblar los esfuerzos por verificar la información y que no se filtren subjetividades.

Adicionalmente, desde la Defensoría del Público, Lewin recomienda siempre recurrir a la verificación de la información con entidades científicas autorizadas, que estén en contacto con los equipos que en todo el mundo están investigando sobre coronavirus. Y piensa que uno de los inconvenientes que se dio en esta era, fue la celeridad con la cual apareció nueva información que contradecía a la previa: “Ahí no podemos decir que hubo mala intención desde los medios, sino que la etapa de investigación fue cambiando. De manera tal que lo que sabemos actualmente, no es lo mismo que en marzo de 2020”.

En la construcción de la noticia entran en juego un montón de factores y D’Alessandro (entrevista personal, 6 de octubre de 2021) menciona a los rumores entre estos, aunque destaca principalmente que la vorágine y la velocidad en medios digitales conspiran contra las rutinas productivas. Por eso, señala que se requiere de rigurosos mecanismos de autocontrol en la edición: “Hoy cualquier periodista puede soltar un rumor en sus redes sociales, pero eso no necesariamente estará en la tapa del diario ni en la portada de ese medio digital, porque precisamente tiene que haber una instancia de chequeo”. Esto se debe a que comúnmente los propios periodistas publican algo en sus cuentas personales y esto suele utilizarse como caja de resonancia, para ver qué repercusiones hay. Puntualmente cuando algún periodista muy identificado con un medio suelta una primicia o un rumor en su red social, es muy probable que, como parte de la dinámica

de la polarización que hay en Argentina, se adjudique a determinado sector ideológico o político la intencionalidad de difundir ese rumor. Por eso, D'Alessandro afirma que los medios tienen que asumir su responsabilidad, realizando los chequeos pertinentes, para lo cual debería existir algún tipo de establecimiento de reglas unificadoras.

Asimismo, corresponde ahondar sobre cómo se ve afectada la credibilidad en los medios de comunicación y en los periodistas. Pino (2021) resalta que es muy importante poner atención al estudio del Instituto Reuters, a través de su Digital News Report del 2020, en donde efectivamente durante la primera etapa de la pandemia, ante un panorama de incertidumbre frente a la falta de información confiable, la gente volvió a refugiarse en los medios. Reflexiona que “allí hay un nicho importante para explorar, sobre qué hicieron los medios con esa confianza que le devolvieron los usuarios que preferían ir a un medio medianamente conocido para consultar información antes que ir a buscar a las redes sociales”. Consecuentemente, para Pino, la caída de confianza de la gente en los medios que se había hecho notar antes de la pandemia, hace que cada error o dato falseado que sale publicado afecte a la credibilidad del conjunto de los medios.

Massare (2021) entiende que el periodismo en nuestro país con respecto a su credibilidad, está bastante dañado de cara a la sociedad. Pero en estos tiempos ocurre que el periodista puede trascender más allá del medio para el cual trabaja, ya que puede tener su propio público y de esa forma va construyendo su propia credibilidad:

En términos generales, la valoración hacia los medios y a los periodistas ha disminuido en las últimas décadas. Y esto está directamente asociado a cómo cambió la forma de consumir noticias. Antes, la conexión con la noticia era exclusivamente con los medios. Ahora, la fuente informativa se ha expandido y es más inasible. A gran parte del público no le importa de dónde proviene la información, se acude directamente a las redes sociales y no a los sitios de noticias. Y en esto de que el periodista individualmente puede generar más afinidad que un medio en sí, también es complejo porque un solo periodista es difícil que pueda auto gestionarse ciento por ciento sin un medio detrás o algún auspiciante. Estamos viviendo una transformación que también implica una crisis en el modelo de negocios de los medios. Todo este cambio correspondiente a la era digital, en el cual también pronto los diarios se van a dejar de imprimir. Todo influye y todo está relacionado.

Por su parte, Lewin (2021) distingue que paradójicamente creció el consumo de medios durante la pandemia: “Es una suerte de huella histórica que hace que nos sintamos más

seguros consumiendo aquellos medios que solíamos consumir en nuestras infancias. Es aquello conocido”. Pero deduce que los integrantes de la franja etaria más joven no reaccionaron de igual forma, debido a que crecieron en un ecosistema de medios diferente y plantea la duda sobre si esa tendencia se mantendrá a partir de la vuelta progresiva a la normalidad y hábitos previos a la pandemia. En este sentido, se suma el testimonio de Oro (2021) quien analiza que la pandemia trajo consigo un efecto de que el público vuelva a consumir en mayor volumen al periodismo y a los medios tradicionales: “La pandemia inconscientemente obligó a querer buscar información. Y eso puede analizarse como una de las características de esta situación, que hizo que se recuperara cierta confianza en el periodismo. El ciudadano no busca desentenderse del contexto, todo lo contrario”. El impulso de querer saber qué está pasando y más aún que sucederá con respecto a la salud y a lo que percibe como su ritmo de vida normal, lleva a lo que en definitiva es más una necesidad que una confianza plena al periodismo argentino, que “como institución, más allá de la pandemia, tiene su credibilidad bastante dañada”.

Desde la mirada de Arréquez (2021) creció la preocupación por la desinformación en entornos digitales, como las aplicaciones o redes sociales, lo cual se tradujo en una confianza creciente hacia los medios tradicionales. A pesar de eso, cree que en nuestro país particularmente la cobertura de la pandemia tuvo un marcado tinte político y que quedó claramente manifiesta la línea ideológica de los medios, distinguiendo entre quienes se enfocaban más en los temas puramente sanitarios, como el avance en el desarrollo de las vacunas, el incremento de los niveles de vacunación y cómo se iba generando el retorno de ciertos sectores productivo, y entre aquellos que hicieron hincapié en la crisis económica, el crecimiento del desempleo, la desigualdad social conforme avanzaban los meses de pandemia y el manejo de la cuarentena. Y observa: “Si miramos a los medios de nuestro país, la famosa grieta nos ha mostrado la grieta sanitaria”. Adicionalmente, la licenciada en periodismo observa que la información que se publicó, sobre todo al inicio de la pandemia, tenía poco respaldo, acompañada por la falta de conocimiento y la incertidumbre generalizada. Esto llevó a que se cometieran errores u omisiones involuntarias, pero que también en muchos casos se utilizó para sembrar pánico. Y sentencia que en temas de salud “no hay posibilidad de poner en discusión determinadas cuestiones, como no permitir a la población que acceda a información que ha sido respaldada científicamente”, porque es mediante la información que los ciudadanos toman decisiones que pueden afectar en forma directa su salud.

Mientras que D'Alessandro (2021), sostiene que la dinámica de la credibilidad en la sociedad argentina tanto hacia los medios como a otras instituciones, depende justamente de cómo se conjuga esa relación entre la prensa y las entidades, ya que los aspectos positivos y negativos se retroalimentan.

3.4. Hacer periodismo en la era de la posverdad, entre sesgos y sobreabundancia informativa

Cuando hablamos de posverdad, según Luchessi (entrevista personal, 23 de diciembre de 2020) es una manera eufemística de referirnos a la mentira. La construcción errónea de informaciones, de noticias que son falsas, de datos no corroborados: “Es una forma sofisticada de llamar a algo que ya existía. Por un lado hacemos grandes avances tecnológicos pero también grandes retrocesos culturales”. El fenómeno del sesgo cognitivo es un tema central dentro de los problemas de la desinformación, y Pino (entrevista personal, 24 de agosto de 2021) sentencia que “los polos siguen apartándose entre sí”, con un marcado seguimiento a los medios según la afinidad, con aquel que se tiende a coincidir por su ideología o por el tipo de análisis que hace. Y agrega que “es un fenómeno interesante pero también peligroso”, porque a la larga lleva a creer todo lo que se publica en un espacio y a negar lo que no circula allí.

Luchessi (2020) también abre el interrogante sobre si quien accede a la información lo hace para darse por satisfecho, confirmando lo que ya pensaba y darlo como verosímil y si también funciona al revés, es decir, que la línea editorial se adapte a lo que esperan sus lectores para no perder confianza, liderazgo y clicks:

La viralización comenzó a ser considerada un criterio noticioso, dejando de lado la verosimilitud como aspecto esencial de toda noticia, lo cual pone en riesgo a las democracias. Esto supone que dependiendo en la burbuja en la que se ubique cada persona, y considere no solo mayoritarias sino ciertas todas las informaciones, comienzan a debilitarse todas las instituciones, incluyendo al periodismo que tampoco sale indemne, por más que consiga cierto beneficio al publicar noticias falsas. A la larga, genera en la audiencia que cualquier publicación de índole institucional termina siendo descalificada, lo cual erosiona cualquier sistema democrático.

Sohr (entrevista personal, 3 de diciembre de 2020) considera que es imposible escapar por completo a los sesgos, ya que son parte del funcionamiento de nuestro cerebro. Pero, podemos ser conscientes de ellos para tratar de darnos cuenta cuándo nos está

influyendo. Por otra parte, es mucho más fácil detectar una desinformación cuando lo publicado no está en línea con lo que se piensa: “Si yo veo noticias que están en línea con lo que yo pienso es mucho más fácil creerlas y compartirlas que aquellas que no. Y es más difícil luchar contra eso cuando las convicciones son más fuertes y más polarizadas”. La socióloga y periodista, además reconoce que los sesgos acaparan a todos los niveles, incluyendo al periodismo. Para Lewin (entrevista personal, 22 de septiembre de 2021) justifica que en un contexto de terror generalizado es evidente que exista ansiedad por recibir la noticia que apunta a generar tranquilidad: “La desinformación cala hondo y es muy factible que si nos encontramos con esa afirmación deseada o que está alineada exactamente con mi prejuicio o con mi expectativa, resulta muy probable aceptarla y acto seguido compartirla con otras personas”.

Este escenario se agrava cuando, además, se suman las teorías conspirativas. Pastorini (2020) y Sohr (2020) concuerdan en que los sesgos se potencian detrás de tales teorías, en las cuales se profundiza la creencia de que un virus nuevo y tan terrible se haya generado de forma azarosa. Luchessi (2020), concluye en que estas conspiraciones terminan desviando el foco de atención de lo que realmente ocurre en términos comunicacionales.

Para adentrarnos en el término de sobreinformación o sobreabundancia informativa, Roitberg (entrevista personal, 20 de agosto de 2021) analiza que a diferencia de lo que ocurría con el periodismo de hace unas décadas, ahora existe la posibilidad de saber lo que está leyendo la audiencia. Y que tales mediciones revelaron que el tema coronavirus no decayó en un año y medio con respecto al interés de los lectores. Por eso, los medios en general respondieron a esa expectativa, a la demanda que había de información: “En el caso de La Nación, dejamos todos los temas vinculados a la pandemia por fuera del sistema de suscripción porque creímos que eran de interés público. Hemos sido muy cuidadosos, dejando de lado las notas consideradas livianas”.

Adicionalmente, entiende que el aluvión de contenidos sobre la pandemia se debió puramente a un interés de la audiencia:

Un medio se puede ir de mambo con un tema (sic), como en este caso lo es el de la pandemia, pero no lo relacionaría con un problema por generar mucho contenido al respecto. El lector siempre tiene la decisión de elegir qué quiere leer. No me parece que el bombardeo informativo sobre el coronavirus contribuya a la infodemia. Ni siquiera en nuestros termómetros detectamos que la audiencia estuviese agobiada o

pidiendo que aflojemos con el tema. Todas las notas se han ajustado al sello de The Trust Project. Por otro lado, tampoco voy a negar que hay una oferta de contenido que apunta a generar audiencia o a atrapar a aquellos que no tienen vinculación con el modelo de suscripción. Pero puntualmente con temas de salud hay que ser mucho más cuidadoso. Hay una responsabilidad social, hay también un impacto económico, hay una gestión de gobierno. Tenés que ser mucho más profundo y cauteloso porque se trata de información que puede mover voluntades, que puede torcer el destino y hasta complicarle la vida a la gente. Y si en algún momento se dio una sensación de sobreabundancia informativa, fue porque detectamos que había una avidez por consumir estos contenidos tanto en el mundo de suscriptores como en la audiencia en general.

En la misma orientación, Massare (entrevista personal, 29 de septiembre de 2021) opina que al tratarse de un tema de excepción, no haría referencia a una sobreabundancia informativa: “Lo que sí es perceptible es cómo cambió la forma de consumo de noticias, y es que actualmente se recurre primariamente a las redes sociales en donde las fuentes de esa información a veces quedan en un segundo plano”. Y añade que muchas veces las noticias elaboradas por un comunicador que aplicó un método, además de chequear la información, compiten con las noticias de procedencia desconocida y mucha gente no suele darse cuenta de algunos engaños muy comunes, ni distingue ciertos estándares de calidad que hacen a una información confiable.

Sin una posición definida D’Alessandro (entrevista personal, 6 de octubre de 2021) y Pino (entrevista personal, 24 de agosto de 2021) coinciden en que la sobreinformación quizás no sea un síntoma de infodemia, aunque podría no permitir discernir entre la buena y la mala información, y los grises entre ellas. Pero que tiene que ver también con la propia demanda de las audiencias, la cantidad de información que se produce para satisfacer esa necesidad tal cual arrojan las mediciones digitales. D’Alessandro explica que “esa demanda fue fluctuando y acá puntualmente se hizo mucho eco de lo que pasaba primero en Estados Unidos y en Europa”. Y, a la vez, admite que “con tanto contenido es cierto que tenés más posibilidades de encontrar contenidos incorrectos”. Pino confía en que hay que crear nuevas instituciones, nuevos mecanismos y observatorios que ayuden a entender a la gente qué está pasando. Y define a la sobrecarga de información como “una disfunción narcotizante, porque la gente queda paralizada si uno dice blanco, otro dice negro, y dificulta comprender qué acción se debe tomar al respecto”. Ambos concluyen en que la audiencia es la que marca los ritmos,

inclusivo cuando busca evadirse para no estar pendiente del mismo tema. Es allí cuando los medios deben reaccionar y producir otro tipo de contenidos.

Mientras que Lewin (2021) sostiene que la sobreabundancia informativa “no es aceptable, pero sí inevitable”. De tal forma que nunca circuló en cantidad y velocidad tanta información como ahora. Por eso aconseja recurrir mayormente a la información proveniente de entidades oficiales:

Cuando la información es contradictoria, afecta nuestra emocionalidad. Hay determinadas conductas que entran en crisis cuando te bombardean con información, porque no todas las personas tienen conciencia o las herramientas para determinar qué es lo real. En ese sentido hay que acudir a las fuentes originales, como lo son la OMS, el Ministerio de Salud y la plataforma Confiar, ya que cuando se viralizan contenidos que desinforman, los fact-checkers los abordan y ese es un buen recurso.

Para continuar con este desarrollo, Arréguez (entrevista personal, 30 de agosto de 2021) agrega que la sobreabundancia de información puede conducir hacia la desinformación. El constante bombardeo o vinculación con medios y plataformas nos convierte en “ciudadanos digitales”, porque estamos todo el tiempo en línea y, queriendo o no, disponibles al consumo de noticias de forma incidental. Es decir, sin buscarlas: “ellas nos encuentran a nosotros”. Y trae a reflexión cuánto tiempo se dedica a verificar ese contenido leyendo más allá que el titular, teniendo una mirada crítica con ese contenido informativo. Pero reconoce que se torna cada vez más complicado tener esa actitud proactiva de chequeo si todo el tiempo se recibe un gran caudal de información el cual conduce a una mayor superficialidad y a un menor poder analítico.

A continuación, Arreguez sintetiza con claridad porqué la sobreabundancia informativa debe ser considerada parte de la infodemia, tanto como el poder de disociación sobre los tipos de piezas comunicacionales:

Este contexto de pandemia nos empujó a estar más tiempo en la virtualidad y por lo tanto a tener más cuidados. El hecho de estar más tiempo en las redes, hizo que apareciera una sobreabundancia de información vinculada al contexto y donde gran cantidad de esa información resultó ser falsa, engañosa, inexacta o descontextualizada, lo cual la OMS denominó como infodemia. Y así como tenemos que tener habilidades y competencias mediáticas para distinguir una pieza falsa de una real, también tenemos que lograr la capacidad de diferenciar una pieza informativa de una opinión. Aun entendiendo que una noticia esté cargada de

subjetividad, por la línea editorial o posición ideológica que pueda tener una empresa o mismo el periodista. Incluso, identificar algunos formatos como la parodia y la sátira, que en pleno siglo XXI los ciudadanos deberían poder reconocer, no porque vayan a ser comunicadores o a crear un sitio de noticias, sino por el simple hecho de ejercer en plenitud su derecho como ciudadanos y acceder a la información confiable.

3.5. Autorregulación: cuál es el límite de la libertad de expresión y qué rol juega la ética periodística

Durante la pandemia, a partir de publicaciones que podrían poner en riesgo la salud de las personas, recobraron preponderancia temas que hacen al análisis del periodismo y de los medios de comunicación. El incesante y monotemático foco en la pandemia, expuso las formas de abordaje en torno a una enfermedad que demostró desde el primer momento su naturaleza novedosa e impredecible, poco emparentada al *modus operandi* de una profesión que requiere inmediatez y solvencia para acercar precisiones al público. En ese marco, se han puesto sobre la mesa, una vez más, temas que proponen nuevas reflexiones.

Uno de ellos es la autorregulación, y Ruiz (entrevista personal, 27 de noviembre de 2020) sostiene que el periodismo debe ser el verdadero fact-checker, como antídoto de la desinformación: “Ya hay cierta regulación y control de publicaciones para temas específicos, como lo es pedofilia. Pero no creo que se deban poner mayores limitaciones al periodismo en otros temas”. Y considera que hay que encontrar procesos de autorregulación, como lo es un código de ética, en el cual los periodistas sepan cómo tienen que regularse sin que venga alguien ajeno al rubro a imponerlo:

Para todo lo demás existe un poder judicial que determina cuándo se incurre en algún tipo de exceso. De todos modos, no hay libertad de expresión sin excesos. No se puede pretender vivir en una sociedad abierta en donde no existan los discursos del odio y los anti vacunas. En una sociedad abierta existe mucha paciencia. Si se cometen excesos que ponen en riesgo la salud de las personas, las entidades reguladoras deben hacer un llamado de atención o multar a los comunicadores implicados. Pero la institución de control de la desinformación debe ser siempre el periodismo profesional, nadie más.

Pastorini (entrevista personal, 23 de noviembre de 2020), sigue la línea de Ruiz y cree que entrar en el ámbito de la regulación sería muy delicado porque se pone en juego la libertad de expresión, pero sugiere que “en todos los medios de comunicación sería ideal

que incorporen asesores para comunicar ciencia y todos los temas vinculados a salud”. También percibe que luego de la pandemia las fake news mermarán considerablemente y difícilmente ocurra que estén centradas en un solo tema, como ocurre actualmente.

Tanto Pastorini (2020) como Sohr (entrevista personal, 3 de diciembre de 2020), comparten que una forma de regular la infodemia es lo que vienen haciendo varias plataformas de redes sociales que están comprometidas con la causa y validan las cuentas de aquellos medios que producen y acercan información confiable, y que trabajan en no promover la circulación de información solamente por la cantidad de interacciones, sino por la seriedad de la cuenta que lo publica. Pero por otro lado resulta muy complejo limitar a aquellos que publican información falsa. Sohr agrega que la solución pasa por educar, crear pensamiento crítico, en no creer todo lo que vemos y en alertar cuando las cosas son falsas, “más que en bajar contenidos, salvo en excepciones: incitación al odio y poner concretamente en riesgo la salud de las personas”.

Prosiguiendo con este planteamiento, Arréguez (entrevista personal, 30 de agosto de 2021) entiende que para entrar en el debate de la regulación, es necesario discutirlo de manera multidisciplinar. Para lo cual, se necesita acudir a especialistas de distintos ámbitos para poder brindar una propuesta que tome a la ciudadanía en su conjunto. Y también sostiene que parte de este conflicto se resuelve teniendo más información, y más y mejor periodismo. Además, recuerda que la ética periodística es fundamental y que “hoy hay una legislación, que muchas veces no se tiene en cuenta, donde están los límites de lo que se puede decir y lo que no, que nos marcan que no vale todo a la hora de comunicar”. A propósito, Roitberg (entrevista personal, 20 de agosto de 2021) reconoce que hay determinadas cuestiones éticas que están por encima de todo y que como en cualquier actividad humana hay gente que trabaja al margen de la ética.

Para Luchessi (entrevista personal, 24 de noviembre de 2020), el periodismo es una industria y como tal debe ser regulada: “La función del periodismo no es expresiva de la índole artística ni generadora de belleza. Cuando alguien tiene una responsabilidad social, como lo es informar, tiene que hacerse cargo”. Y justifica contundentemente por qué se debe sancionar a quien recurra a la divulgación de desinformación:

Primero hay que desmentir el dato o información falsa y luego verificar si quien lo dijo es un profesional de los medios, que en ese caso merece una punición. No corresponde acudir al término de libertad de expresión, cuando lo correcto sería conocer las reglas y la ética que definen a la profesión del comunicador. Porque no

se puede responsabilizar fuera del periodismo a la gente que replica información falsa, ya que no es su responsabilidad saber qué es cierto y qué no. A un albañil lo podemos penalizar si levanta mal una pared pero no si comparte información falsa.

Quien se explaya en esta dirección es Lewin (entrevista personal, 22 de septiembre de 2021), comenzando con que uno de los grandes problemas es que las plataformas se autorregulan, y no es suficiente. Porque las plataformas no tienen la capacidad de controlar los contenidos, términos o imágenes que distintos colectivos utilizan habitualmente para autodenominarse, pero los gobiernos no pueden interferir ya que las publicaciones que ocurren allí son de circulación supranacional. Y plantea: “¿Qué gobierno o qué entidad internacional podría controlar esto? Desde la Defensoría del Público creemos que hay que apostar por lo que se llama, y aclaro que no me gusta el nombre, alfabetización mediática e informacional”. El objetivo de tal alfabetización consta en dotar a la ciudadanía, en el marco de la educación formal y también a lo largo de la vida, ya que se trata de un proceso de aprendizaje continuo, que brinda “instrumentos y herramientas que no son muy difíciles de utilizar, que generan conciencia y protección contra la desinformación”.

La Defensora del Público deja en claro su posición con respecto a discernir entre libertad de expresión y limitar determinados contenidos que define como nocivos:

Hay cuestiones que no tienen que ver con la libertad de expresión, que vale aclarar que no es un derecho absoluto. Cuando se difunde una información que puede poner en riesgo la salud pública ya no estamos hablando de libertad de expresión. También es discutible la libertad de expresión, cuando con discursos violentos o de odio, se promueve la vulneración de derechos o alentando a que se produzcan hechos de violencia física contra un colectivo vulnerado. Por ejemplo, cuando se decía que la comunidad china era la responsable de que el virus llegara a la Argentina. O la comunidad boliviana que cruzaba las fronteras para cobrar nuestros planes sociales y propagaban el virus. Se criminaliza a un determinado sector, y eso no es libertad de expresión. Las redes sociales supuestamente son el ágora, la plaza pública en donde todos vamos a discutir en igualdad de condiciones, pero esto no es así ya que allí circula mucha agresión y desinformación. Entonces ¿qué hacemos?, tenemos que dotar a la población, a través de la educación, mediante herramientas que le permita protegerse y tomar conciencia de que cayendo en las redes de la desinformación está siendo estafada.

No obstante, Pino (entrevista personal, 24 de agosto de 2021) asume que hay un debate pendiente sobre ética periodística y que implica la seriedad con la que hoy hay que tratar temas específicos, que a la par requieren de más entrenamiento, capacitación, inversión e investigación para entender mejor la lógica de la dinámica digital que es tan cambiante.

Parte de este debate implica evaluar si los periodistas estamos obligados a darle espacio a cualquier voz en nuestras publicaciones. Partiendo desde allí, Oro (entrevista personal, 23 de septiembre de 2021) expone que al no incluir, o directamente excluir a determinadas personalidades, no implica que el periodista esté atentando contra la libertad de expresión y que más bien entra en juego el límite ético que tenemos los comunicadores, “porque las libertades absolutas no existen, y más cuando se pone en juego el rol de nuestro ejercicio profesional”.

Por otra parte, apuesta por la autorregulación y desestima que haya que implementar un tribunal de ética o cualquier tipo de intervención estatal:

Como miembro de FOPEA reconozco que en algunos casos ni siquiera se respeta el código de ética interno, entonces muchas veces somos los propios periodistas los responsables del ‘haz lo que yo digo pero no lo que yo hago’. Más allá de eso, hay que hacer valer el papel que tiene el periodismo dentro de la sociedad, porque si empezamos a recortar dentro del periodismo, según el modo en que piensan unos y otros, vamos a empezar a hacer mella en un servicio que es absolutamente necesario para el ejercicio de la democracia. Cuando desde el Estado se busca acallar o de cierta forma controlar a los periodistas y a los medios de comunicación, es claramente por intereses propios. ¿Cuál es el criterio para regular lo que dicen los medios? ¿Sería para todos los medios o solamente para los que hablen en contra del Gobierno? Al ciudadano común no le importa, ni le genera el malestar que sí tiene el funcionario de turno cuando el periodismo está marcándole la cancha. El desprestigio hacia el periodismo también contribuye a que hayan crecido algunos personajes a los que no les conviene que el periodismo sea fuerte. En definitiva, la gente siempre tendrá el poder de elegir a qué medios y periodistas leer o escuchar. Mercaderes en el periodismo han existido siempre y a la larga son señalados sin necesidad de ninguna intervención reguladora.

Tanto Massare (entrevista personal, 29 de septiembre de 2021) como D’Alessandro (entrevista personal, 6 de octubre de 2021) comparten la duda sobre quién debería cargar con la responsabilidad de definir qué podría considerarse infodemia en este contexto

puntual, o desinformación en el criterio más amplio. Ambos desconfían en la regulación y el control de publicaciones, porque no existe forma de implementarlas sin coartar la libertad de expresión. Además, no se puede censurar previamente, lo cual implica que primero se tiene que publicar algo para después actuar sobre eso. Y más allá de eso, Massare defiende que “lo natural es pregonar en pos de la libertad de expresión lo que implica que también se publique información que puede ser falsa”. Aunque D’Alessandro acepta que hay que hacerle pagar un precio alto a la desinformación, haciendo público los casos en los que se pueda confirmar que alguien está promoviendo adrede informaciones falsas. Y aclara que “pagando un precio alto significa con poner en riesgo su credibilidad”. A su vez, coinciden en que las sanciones deben implementarse en los casos en los cuales se ponga en riesgo la salud de las personas, siempre de forma posterior a la publicación y con inmediatez al hecho.

En donde Massare y D’Alessandro no concuerdan es en la iniciativa del observatorio NODIO por parte de la Defensoría del Público. Para el primero podría servir para poner en evidencia todo lo vinculado a desinformación, y más aún si se trata de infodemia. Sin llegar a establecer sanciones ni regulaciones, hubiese sido un buen aporte para que los medios apelen a la responsabilidad de comunicar seriamente en medio de una pandemia. Y admite que desde la Red Argentina de Periodismo Científico les gustaría hacer algo de ese estilo, pero para llevarlo a cabo se requiere de una estructura que desde esa entidad no podrían abarcar. Mientras que para D’Alessandro, lo que se intentó hacer a través de NODIO implica “una especie de policía del pensamiento, asociado a una supuesta intención positiva que es combatir la desinformación”.

Paralelamente, la directora de ENACOM Silvana Giudici (entrevista personal, 12 de octubre de 2021) defiende que toda medida de control tendría que tender a la autorregulación, sobre todo los contenidos que se publican en internet, un espacio que es abierto, plural y participativo. La acción de tratar de restringir o censurar contenidos a priori con títulos como “campana nociva, infodemia o desinformación” podrían tener un riesgo aun mayor que afecta directamente a las libertades individuales. Y resalta que en cuanto al periodismo y cómo cada periodista lleva adelante su labor, los criterios de ética periodística tienen que estar muy presentes: “Desde cualquier lugar que se ejerza el periodismo, tiene que existir un manual implícito que debería acercarse siempre a la verdad. Toda conducta que lo aleje de ella tendrá su espacio para ser cuestionado por vía judicial, nunca administrativa”. Por eso, sostiene que fueron muy importantes las declaraciones de las relatorías para la libertad de expresión, tanto de la OEA como de la

ONU, fijando parámetros siempre desde el respeto de los derechos humanos y de la libertad de expresión, para recomendar una serie de medidas con el objetivo de combatir la desinformación, sin riesgo de censurar contenidos o ejercer autoritarismo sobre los contenidos y las opiniones.

En adición a lo desarrollado, Giudici asienta firmemente su posición sobre las regulaciones provenientes del Estado y explica cómo el concepto de infodemia también ha sido mal utilizado en nuestro país:

La agencia Télam se ocupó en un momento de crear un fact-checker; un espacio para verificar los hechos, como agencia oficial. Eso es grave porque no hay un ministro de la verdad. Un gobierno a través de ninguna agencia tiene la autoridad para determinar qué es verdad o qué es mentira. Hay opiniones, diversidad de fuentes e interpretaciones que pueden hacer los medios, que están por fuera del alcance estatal. Y ahí me parece que está el mayor aporte que se le hace a la democracia cuando hablamos de desinformación. Entonces, cualquier intento de regulación sobre el discurso de odio y sobre las campañas de desinformación tienen que tener miradas multidisciplinarias, plurales y siempre alejadas del ámbito de la regulación estatal. Por eso, también es válido denunciar que el término infodemia se ha empleado de forma despectiva aquí en Argentina, sobre todo al comienzo de la pandemia, para vincularlo con aquellas informaciones que no tuvieran el respaldo del Estado. Creo más bien en el concepto amplio de desinformación, ya que si bien el concepto de infodemia ha sido definido con claridad desde la OMS, en nuestro país se lo aplica de forma errónea.

Otro punto de esta discusión está centrado en el ámbito de las plataformas digitales, en donde Roitberg (2021) piensa que debería regularse la actividad de estas. En su discurso, el editor de La Nación digital explica que muchos de los que están al frente de estas plataformas, admiten que con motivo a la libertad de expresión no pueden quitar el 100% de las desinformaciones que circulan en esos espacios: “Eso es un problema, porque están reconociendo que de esa forma hay cuestiones totalmente descontroladas allí”. Y retoma la idea de que estas plataformas de distribución deberían estar reguladas debido a que utilizan activos y contenidos de forma totalmente gratuita, proveniente de los grandes medios y que cuestan mucho dinero: “Hay que empezar por la punta de la pirámide, y la punta de la pirámide hoy en la distribución de información son las plataformas. Los medios de comunicación, sea cual sea su escala y envergadura, son el segundo escalón”. Y revalida la existencia de los medios de comunicación, porque sin

ellos muchas de las cuestiones que circulan en las plataformas sin ningún control, no las marcaría nadie, y ese circuito terminaría perjudicando al consumidor de información. En ese sentido, Arréquez (2021) evalúa que la Unión Europea dio pasos importantes para empezar a poner ciertos límites al poder de las plataformas tecnológicas “que no son solamente intermediarias como antes nos pretendían hacer creer”, sino que cumplen un rol muy importante de una función editorial, como por ejemplo Google, empresa que define qué es y qué no es noticia, o de forma paralela Facebook en su news-feed. Estas plataformas hoy en día ejercen un rol preponderante tanto en lo que hace a la información que consumimos como al manejo de nuestra información personal.

Concluyendo con este segmento del desarrollo, Roitberg (2021) asevera que hay que trabajar para homogeneizar un estándar de calidad en toda la industria periodística, para que no haya algunos medios que apliquen un criterio y el resto otros: “Tendría que haber un acuerdo que defina de qué manera comunicar, qué cosas sí y cuáles no. La forma de llevar esto a cabo es mediante la cámara que nuclea a los medios, que es en donde estos tienen representación”. Mediante ADEPA, en representación de los medios, y de FOPEA, en representación de los periodistas, resulta primordial establecer esto, tanto como exigirles a las plataformas de distribución un compromiso para que estas también contribuyan a la causa.

3.6. Luchar contra la infodemia o aprender a convivir con ella

Tal cual se ha desarrollado con anterioridad, la desinformación existió siempre y ha ido mutando y adaptándose a los tiempos y a las tecnologías contextuales. La infodemia, por lo tanto, no escapa a ello. Ruiz (entrevista personal, 27 de noviembre de 2020) cree que si bien es imposible hacerla desaparecer, se puede reducir o aplacar, siempre y cuando exista un núcleo de medios profesionales que gocen de credibilidad. Y sostiene que el fact-checking es la herramienta más adecuada: “La forma de contener a la infodemia, es convirtiendo a los medios y a los periodistas en efectivos fact-checkers. La precarización no tiene que repercutir en la capacidad de verificar datos e informaciones”.

En conexión con lo planteado por Ruiz, según Roitberg (entrevista personal, 20 de agosto de 2021) hoy existe mucho contenido de terceros que termina en una marca informativa. Y que para eso, el mejor antídoto es recuperar la idea de que el score del medio es trabajar con sus propias notas, fuentes y métodos de chequeo: “Si vos sabés que no tenés las famosas tres fuentes mínimas que te corroboran una información, no

salís con un breaking news”. Tal práctica, forma parte de la buena o mala praxis periodística. Más aún hoy, que estamos en la época en la cual no se sabe cuál es el circuito que hizo inclusive un colega para obtener la información. Para lo cual Roitberg asegura que la mejor forma “es crear ese circuito uno mismo y hay que volver a las fuentes directas, y de ser necesario llegar un poquito más tarde de lo deseado a publicar”.

Pastorini (entrevista personal, 23 de noviembre de 2020) piensa que desarticular todo el sistema de la generación de fake news es bastante complejo, incluyendo en Ciencia, más allá de que prevalezca la creencia de que es más objetiva porque todo queda sujeto a las evidencias. Sin embargo, es un ámbito en el cual existe mucha subjetividad: “La ciencia es dinámica, pero debería ser más objetiva que subjetiva”.

Además, le quita inmunidad al discurso científico:

Cuando desmentimos algo desde la ciencia, no corresponde hacerlo desde un lugar que implique decir “porque yo soy científico, digo que esto es falso o es verdadero”. El ejercicio correcto es ir a la base de las cuestiones tratadas y explicar. Una de las bases de desmentir también es acercar información confiable, porque solamente con negar y refutar dejamos toda la responsabilidad en el consumidor.

A su vez, la licenciada en biotecnología revela que hay mucho revuelo en la comunidad científica porque se están publicando un aluvión de informes que ponen a científicos avalando o desmintiendo todo, por lo cual ya no es claro identificar qué es verdadero y qué es falso: “Hay muy pocas revistas científicas en las que se puede confiar ciento por ciento, salvo en Nature, la cual exige múltiples requisitos basados en los datos crudos de una investigación para validar una publicación y que otras revistas no los requiere”.

Luchessi (entrevista personal, 24 de noviembre de 2020) entiende que por primera vez lo global no es el interés de un tema, sino el acontecimiento en sí. Y pone como ejemplo el atentado de las Torres Gemelas, en donde el problema era local y la preocupación global. Pero ahora, la humanidad en su totalidad atraviesa las mismas necesidades, las que derivan en una necesidad específica de información local, porque las situaciones son diferentes más allá de la globalización del acontecimiento. En consonancia, Arréguez (entrevista personal, 30 de agosto de 2021) amplía que la infodemia y la desinformación en general son temas que tienen que exponerse de forma transversal a toda la población, incluyendo a la salud pública, no solo a comunicadores y periodistas, porque afecta a todos: “Esto lo podemos ver a través de campañas de desprestigio, ataques a la reputación de una institución o persona y en cómo se alteran determinados

procesos democráticos”.

Adicionalmente Luchessi (2021) brinda su mirada sobre la revalidación del ejercicio periodístico:

Lo que no puede variar es el proceso de gestión de información. Los procedimientos periodísticos en los cuales hay que cumplir ciertos pasos para corroborar datos y no caer en información falsa. Volver a las viejas técnicas de producción informativa, considerando la cantidad de fuentes para chequear una información y considerar si las opiniones son o no válidas.

Llegando al cierre de este desarrollo, y entendiendo que el modelo de negocios actualmente se basa, en buena medida, en la cantidad de clicks y en el tiempo que una persona transcurre en un sitio web de noticias, D'Alessandro (entrevista personal, 6 de octubre de 2021) acepta que debemos aprender a convivir con la infodemia y que la clave a mediano y largo plazo es la alfabetización digital: “En todos los ámbitos de educación formal o informal, en donde se pueda incorporar la mirada crítica respecto al consumo de información en internet será un aporte positivo”. Y cita a la propia UNESCO, que lleva adelante varios proyectos globales en torno al concepto de la alfabetización digital, en la cual los medios deben ser parte de la solución al problema, para que los individuos puedan corroborar si algo es verdadero y también incrementar el conocimiento de determinados temas. Y detalla que desde ADEPA realizaron campañas para volcar la idea de que “los medios somos la mejor vacuna contra la desinformación, que siempre estarán para evacuar dudas”. Y más allá del relato, porque cree que los mismos periodistas somos parte de la solución, y apostando a la capacitación se pueden mejorar ciertas costumbres: “Nos avocamos firmemente a brindar herramientas que ayuden al consumo de información fiable y que en definitiva aumenta la confianza en los periodistas y en los medios”.

Desde una perspectiva similar, Massare (entrevista personal, 29 de septiembre de 2021) concluye en que la infodemia seguirá existiendo porque es parte de la transformación digital y comunicacional que estamos atravesando, por cómo están cambiando el consumo de noticias y la lógica de producción de noticias desde los propios medios, sumado al poder de viralización que tienen las redes sociales.

En otro orden, Massare retoma los riesgos de quebrantar la libertad de expresión y apunta a perfeccionar el ejercicio periodístico:

No creo que vaya a cambiar esto, porque cualquier medida fuerte que se tome para frenar la desinformación atenta contra el discurso libre. Hay un equilibrio que debemos aceptar y con el cual hay que aprender a convivir, salvo que exista un Estado totalitario que revise todo lo que se publica o antes de que se publique. Las herramientas que tenemos los que trabajamos en la comunicación deben seguir mejorándose en beneficio de las prácticas periodísticas y de los estándares de calidad. Y para quienes manejan las redes sociales, que trabajen para que se privilegien noticias provenientes de medios y fuentes verificadas.

Entrenar a los periodistas en técnicas y herramientas contra la desinformación, mediante la detección temprana para evitar la réplica en los medios de comunicación, sobre desinformaciones provenientes de redes o servicios de mensajería, Adrián Pino (entrevista personal, 24 de agosto de 2021) afirma que es el mejor antídoto para convivir en un entorno actual de infodemia: “Hay que seguir capacitando y entrenando a los periodistas con herramientas tecnológicas, para tener otros accesos a bases de datos y saber dónde ir a buscar información en temas específicos como el actual, porque la desinformación llegó para quedarse”. Y, si bien acepta que no es una solución absoluta, se debe apuntar a la alfabetización mediática, para lo cual hay que acceder en el mundo de las escuelas, y llegar a la educación más elemental “como lo hace Finlandia, que desde hace tres años están primeros en el ránking de confianza”, porque los estudiantes están habituados a identificar cuándo una noticia viene sesgada, cuándo desde el título de una noticia se pretende incentivar el clickbait, cuándo hay una fuente que es dudosa y cómo verificarla. La educación es parte del camino, que a pesar de ser un camino lento y largo, es el más sólido que se puede transitar.

5. Conclusión

Como primera reflexión, se puede apreciar que en tiempos de hipercomunicación la debilidad de comunicar de manera apresurada acerca de una enfermedad nueva y en constante evolución, alcanzó tanto a los medios de comunicación como a la comunidad científica. Sobre todo, durante los primeros meses de la pandemia. Indefectiblemente son miembros de una sociedad que generalmente busca respuestas antes de definir cuáles son las preguntas. El periodismo, por su parte, recoge aquello que considera que está avalado y a partir de allí se produce la expansión de ideas en la comunidad, muchas de ellas desinformativas y que peligrosamente generan una falsa sensación de seguridad. Sin dudas, las afirmaciones toman mayor relevancia cuando las voces protagonistas provienen desde organismos oficiales y medios de comunicación (en ese orden), asumiendo que hablar de infodemia también implica aquellos casos en los que se expiden precisiones apresuradas en un panorama en el cual las certezas son muy pocas.

Siguiendo la línea de lo expresado por los protagonistas entrevistados, se deben considerar varios factores para determinar por qué los medios caen en la trampa de la desinformación sobre el coronavirus. Entre ellos, indudablemente se destaca la falta de especialistas en los equipos de trabajo que estén capacitados en ciencia y salud. Por consiguiente, existe una merma en los staff que posean los conocimientos que permitan tratar temas afines. Tal es así que cuando lo desinformativo no parte desde una intencionalidad maliciosa, quedan expuestas las falencias antes mencionadas, con el aliciente de que el calibre de la problemática contextual está acompañada por la necesidad imperiosa de brindarle soluciones a la comunidad. Esta realidad propone reflexionar sobre cómo deben estar compuestas las redacciones de un medio de comunicación. No solo para elevar el estándar de calidad periodístico, también para evitar que muchas informaciones falsas sean publicadas y viralizadas, o al menos reducir este margen de error.

Asimismo, resulta válido considerar que, en pos de una mejor calidad periodística y, en consecuencia, una mejor calificación del público hacia la labor del periodismo, correspondería que los actores involucrados en la gestación informativa revean qué conductas y prácticas deberían reencaminarse. Cabe destacar que a medida que el tiempo y la pandemia transcurrieron, tanto los medios como los periodistas fueron gobernando ansiedades propias y ajenas para brindar información más precisa. Pero la triste célebre grieta política y social, en mayor o menor medida según el momento, fue parte del discurso periodístico. Los estragos causados por la pandemia, sumados a las numerosas

problemáticas de larga data, fueron utilizados según la inclinación ideológica del comunicador o de la empresa periodística. Las líneas editoriales siempre existieron y en la actualidad pocos pueden reconocerse como periodistas independientes que no responden al interés de algún empresario o partido político. Las rutinas productivas en el periodismo desembocan en un producto manufacturado, sujeto a intereses de diversas índoles, para el cual se elige a qué protagonistas y con qué valoración se les da lugar para contar historias. El seguimiento de la pandemia no estuvo ajeno a estas prácticas.

Esto último tiene relación directa con los sesgos. En plena era de la posverdad, y en medio de una crisis epidemiológica de alcance mundial, las audiencias indefectiblemente dan por confirmado aquél contenido que se ajusta a su prejuicio y a su pensamiento. Más aún, si proviene de un periodista o de un medio con el cual siente representación. No obstante, los sesgos alcanzan a la esfera periodística y no son ajenos a esta. Los propios comunicadores en su afán de contar una primicia o no llegar tarde al *newsbreaking* no validan informaciones que consideran confiables según la fuente que se las facilita, cayendo en el error común de saltar los siempre imprescindibles procesos de chequeo.

Por otra parte, la sobreinformación o sobreabundancia informativa en medio de un escenario de incertidumbre debe ser analizada también como parte de la construcción del discurso y de la rutina productiva en el periodismo. Si a los sesgos mencionados anteriormente se suma el bombardeo de publicaciones, indefectiblemente el resultado es el de una audiencia abrumada. Si bien varios autores sostienen que hoy en día el público elige qué consumir y que las métricas digitales indican que hay una demanda bien marcada por este tipo de contenidos, nuevamente hay que poner en primer plano la responsabilidad que tiene el periodismo para no generar desazón en la sociedad. Tal es así que para desmenuzar el término infodemia, corresponde incluir dentro de sus características a la sobreinformación. Justificarse en que la audiencia busca contenidos relacionados no es solamente agobiarla, también es subestimarla, ya que en el entramado de publicaciones se pueden apreciar aquellas que distan de poseer rasgos noticiosos.

Un debate que se planteó en el desarrollo de esta investigación, y que expuso variadas opiniones y enfoques, abre el interrogante sobre si es posible discernir entre la libertad de expresión y la ética periodística. La primera, es indiscutible e indispensable para el ejercicio de esta profesión. La segunda, también debería serlo. Ocurre que utilizando como escudo el emblema del libre discurso, la construcción de una noticia puede poner en jaque otros derechos para quien la consume. La responsabilidad del periodismo a la

hora de comunicar temas de salud, invita a que las cámaras que nuclean a medios y periodistas tengan un real compromiso de establecer un acuerdo que autorregule la práctica periodística. Y si hablamos de autorregular es porque ninguna entidad ajena al periodismo ni gubernamental debe interferir para calificar a las empresas, a sus periodistas, ni a sus publicaciones. En donde sí debería haber mayor regulación, es en las plataformas de distribución de las noticias. Estas forman parte del modelo de negocios actual y lucran con el esfuerzo y la inversión de terceros. Además, tienen sus propias reglas y filtros que definen qué es noticia, qué es falso y qué es nocivo. Por eso deberían reglamentarse límites en estos espacios que comúnmente gozan del anonimato de sus publicadores, mientras que las redacciones mayormente cuentan con editores responsables que deben responder por sus actos y los de su equipo.

Por último, luego de haber abordado la temática en profundidad indagando a través de un gran caudal teórico y entrevistado a especialistas de diversos ámbitos, queda manifiesto que la desinformación, y por lo tanto la infodemia, es un flagelo cuya existencia de larga data que ha ido adaptándose a los tipos y formatos de comunicación, junto a los avances tecnológicos de cada época. Pensar en su extinción resulta utópico, por eso es esencial que los periodistas cuenten con herramientas y capacitaciones constantes que permitan reducir su margen de error mediante la detección de estas anomalías. Al mismo tiempo, debería extenderse a toda la sociedad en pos de una cultura comunicacional más saludable, tanto para el consumo como para la difusión informativa.

6. Entrevistas

1-Gastón Roitberg (20 de agosto de 2021). Lic. en Comunicación - Miembro de The Trust Project en La Nación.

2-Soledad Arréguez (30 de agosto de 2021). Lic. en Periodismo - Cofundadora de Datos Concepción e investigadora sobre medios digitales y nuevas prácticas periodísticas.

3-Lila Luchessi (24 de noviembre de 2020). Dra. en Ciencia Política y Licenciada en Ciencias de la Comunicación - Directora en el Instituto de Investigación en Políticas Públicas y Gobierno, de la Universidad Nacional de Río Negro.

4-Fernando Ruiz (27 de noviembre de 2020). Dr. en Comunicación y Lic. en Ciencias Políticas – Presidente de FOPEA.

5-Andrés D'Alessandro (6 de octubre de 2021). Lic. en Comunicación – Director ejecutivo de ADEPA.

6-Bruno Massare (29 de septiembre de 2021). Lic. en Periodismo y Comunicación - Presidente de la Red Argentina de Periodismo Científico.

7-Adrián Pino (24 de agosto de 2021). Lic. en Comunicación – Director de Proyecto Desconfío.

8-Olivia Sohr (3 de diciembre de 2020). Lic. en Sociología - Directora de Impacto y Nuevas Iniciativas en Chequeado.

9-Pablo Oro (23 de septiembre de 2021). Lic. en Comunicación – Responsable del proyecto 100 Por Ciento.

10-Mercedes Pastorini (23 de noviembre de 2020). Lic. en Biotecnología – Científica del CONICET e integrante del proyecto Confiar.

11-Miriam Lewin (22 de septiembre de 2021). Ma. en Periodismo – Defensora del Público.

12-Silvana Giudici (12 de octubre de 2021). Directora de Enacom.

7. Referencia bibliográfica

- Alcutén, J. (2020). Más de 100 intoxicaciones en EE UU tras los 'consejos' de Trump de "inyectar desinfectante" para combatir el Covid-19. 20 Minutos. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/4238725/0/intoxicaciones-estados-unidos-recomendaciones-trump-coronavirus/?autoref=true> (24/9/2020).
- Alfonso Sánchez, I. y Fernández Valdés, M. (2020). Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de COVID-19. Anales de la Academia de Ciencias de Cuba, 10 (2).
- Argentina.gob.ar (6 de abril de 2020). CONFIAR: La plataforma oficial para combatir la infodemia. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/confiar-la-plataforma-oficial-para-combatir-la-infodemia> (17/9/2020).
- Álvarez, J.T. y Secanella, P.M. (1991). Desinformación. En Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación. Madrid: Ediciones Paulinas, p. 365-375.
- Bär, N. (2019). El rompecabezas de la hipercomunicación. En Nogués, G. (Ed.). Pensar con Otros (Capítulo 0.1). Buenos Aires: ABRE. El Gato y la Caja.
- BBC (2018). 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797> (17/9/2020).
- BBC (2019). Cambridge Analytica: la multa récord que deberá pagar Facebook por la forma en que manejó los datos de 87 millones de usuarios. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49093124> (17/9/2020).
- Benedictow, O.J. (2011). *The Black Death, 1346-1353: The Complete History*. Madrid: Ediciones Akal.
- Barron, J. (1974). *KGB: the secret work of soviet secret agents*. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Burgueño, J (2018). Telos. *Fake news, un fenómeno nuevo con siglos de historia*. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/fake-news-fenomeno-nuevo-siglos-historia/> (17/9/2020).

- Bravo, J (2020). Infodemia y medios públicos. El Economista. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Infodemia-y-medios-publicos-20200508-0031.html> (15/10/2020).
- Cathala, H.P. (1986). *Le temps de la désinformation*. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Chequeado.com (2019). Desinformación, ¿por qué existen las noticias falsas, por qué son un problema y qué podemos hacer para ponerles un freno?
- Coughlan, S. (2017). Qué es la "posverdad", el concepto que puso de moda el "estilo Trump" en Estados Unidos. BBC. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38594515?_ga=2.181082855.1739988928.1600214792-995727471.1600214792 (24/9/2017).
- Cortés, J. (2021). Deepfakes: qué son y cómo evitar ser estafado por esta tecnología. Recuperado de: <https://revistadigital.inesem.es/informatica-y-tics/deepfake/> (31/10/2021).
- Durandin, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Echeverri Dávila B. (2018). En el centenario de la gripe española: un estado de la cuestión. *Revista de Demografía Histórica*, 36 (1), 17-42.
- Emmerich, N. (2015). *Campaña de desinformación*. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- En Todos Los Sitios Cuecen Habas (2011). El presidente que espiaba a la oposición. Recuperado de: <https://entodossitioscuecenhabas.wordpress.com/2011/03/29/el-presidente-que-espiaba-a-la-oposicion/> (17/9/2020).

- Eysenbach G. (2002). Infodemiology: the epidemiology of (mis)information. *The American Journal of Medicine*, 113 (9) 763-765.
- Fallis, D. (2011). *Etica e Politica. Floridi on Disinformation*. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Galdón, G. (1994). *Desinformación: método, aspectos y soluciones*. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Galdón, G (2001). Introducción a la comunicación y a la información. *Información, desinformación y manipulación*. Barcelona: Ariel, 47-75.
- Galdón, G. (2007). La violencia a la realidad o la violencia silenciosa. *Desinformación y manipulación en los medios de comunicación*, 10 (1), 49-76.
- Infobae (15 de febrero de 2020). La OMS advirtió que “todos los países deben prepararse para la llegada del coronavirus” porque es “imposible” predecir el futuro del brote. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/mundo/2020/02/15/la-oms-advirtio-que-todos-los-paises-deben-prepararse-para-la-llegada-del-coronavirus-porque-es-imposible-predecir-el-futuro-de-brote/> (17/9/2020).
- Infobae (31 de julio de 2019). El parlamento británico confirmó que Cambridge Analytica trabajó en la campaña del referéndum del Brexit. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/mundo/2019/07/31/el-parlamento-britanico-confirio-que-cambridge-analytica-trabajo-en-la-campana-del-referendum-del-brexite/> (17/9/2020).
- Jacquard, R. (1988). *La desinformación: una manipulación del poder*. Madrid: Espasa.
- La Nación (30 de julio de 2020). Una pandemia de desinformación tan contagiosa como el coronavirus. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/una-pandemia-desinformacion-tan-contagiosa-como-coronavirus-nid2408490> (15/10/2020).
- Levy Yeyati, E. (2019). Posverdad: modo de uso. En Nogués, G. (Ed.). *Pensar con Otros* (Capítulo 0.1). Buenos Aires: ABRE. El Gato y la Caja.

- Marinero, I. (2020). Peste negra y 'fake news': la lección que nunca aprendimos. El Mundo. Recuperado de:
<https://www.elmundo.es/cultura/2020/03/16/5e6b76cc21efa07c058b4572.html>
 (17/9/2020).
- Martínez Musiño, C. (2011). Desinformar en la sociedad de la información. En Primeras Jornadas Virtuales Iberoamericanas de Ciencias de la Información y la Documentación. Buenos Aires, 1-10.
- Matich, D. (2001). Redes Neuronales: Conceptos Básicos y Aplicaciones. En Informática Aplicada a la Ingeniería de Procesos – Orientación I. Universidad Tecnológica Nacional – Facultad Regional Rosario. Rosario, 1-55.
- Nogués, G (2019). *Pensar con Otros*. Buenos Aires: ABRE. El Gato y la Caja.
- Nogués, G. (2019). Impermeables ¿Podemos Curar la desinformación? ¿Y prevenirla? El Gato y la Caja. Recuperado de: https://elgatoylacaja.com/pco_blog/impermeables/
 (15/10/2020).
- Nogués, G. (2020). Desinfodemia: La desinformación sobre el coronavirus viaja a la velocidad de un tuit. El Gato y la Caja. Recuperado de:
https://elgatoylacaja.com.ar/pco_blog/coronavirus-la-otra-epidemia/ (15/10/2020).
- Olmo y Romero, J. (2019). Real Instituto Elcano. *Desinformación: concepto y perspectivas*. Recuperado de:
http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari41-2019-olmoromero-desinformacion-concepto-y-perspectivas (15/10/2020).
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020). Covid-19: Consejos para informar. Guía para periodistas, 1-15.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2017). Declaración conjunta sobre libertad de expresión y ‘noticias falsas’, desinformación y propaganda, 1-5.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2020). La ONU contra la desinformación sobre el COVID-19 y los ataques cibernéticos. Recuperado de:
<https://www.un.org/es/coronavirus/articles/onu-contra-desinformacion-covid-19-ataques-ciberneticos> (15/10/2020).

- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2020). Noticias falsas y desinformación, otra pandemia del coronavirus. Recuperado de:
<https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922> (15/10/2020).
- Pardo Kuklinski, H. (2016). Digitalismo. *La microfísica de la POSVERDAD*. Recuperado de: <http://digitalismo.com/la-microfisica-de-la-posverdad/> (24/9/2020).
- Paredes, N. (2020). Operación Denver: la campaña de desinformación de la KGB para hacer creer que el VIH/sida fue inventado por EE.UU. (y sus letales consecuencias). BBC. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-54088146> (15/10/2020).
- Pérez Díaz, J. (2011). La “Gripe Española”. Apuntes de Demografía. Recuperado de: <https://apuntesdedemografia.com/2011/03/03/la-gripe-espanola/> (17/9/2020).
- Pizarroso Quintero, A. (2009). Aspectos de propaganda de guerra en los conflictos armados más recientes. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, 5 (1), 49-66.
- Posetti, J. y Matthews, A. (2018). International Center for Journalists. A Short Guide to the History of ‘Fake News’ and Disinformation: A New ICFJ Learning Module. Recuperado de: https://www.icfj.org/sites/default/files/2019-06/HistoryPropaganda_Espanol2_final_5.pdf (17/9/2020).
- Racciatti, E. y Heinrich, M. (2020). La "infodemia" y los peligros de la desinformación en tiempos de pandemia. *Télam*. Recuperado de <https://www.telam.com.ar/notas/202003/442116-coronavirus-desinformacion-animo-angustia.html> (15/10/2020).
- Rodríguez Andrés, R. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y comunicación social*, 23 (1), 231-244.
- Romero Rodríguez, L. (2013). Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación/misinformación. *Correspondencias & Análisis*, 3 (1), 319-342.
- Rothkopf, D. (2003). When the Buzz Bites Back. *The Washington Post*. [Traducción propia]. Recuperado de: <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/> (17/9/2020).

- Salaverría, R.; Buslón, N.; López-Pan, F.; León, B.; López-Goñi, I.; Erviti, M. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, 29 (3), 1-15.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns*. Madrid: Taurus. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Solbès, J. (1988). *Media business: argent, idéologie, désinformation*. París: Messidor. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Van Dijk, T. (2006). Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones. *Revista Signos*, 39 (60), 49-74.
- Volkoff, V. (1986). *La désinformation, arme de guerre*. Citado en: Rodríguez Andrés, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. Historia y comunicación social*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Wardle, C. (2017). First Draft. *Noticias falsas. Es complicado*. Recuperado de: https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado/?_ga=2.78234960.594598435.1602658480-197140467.1602658480 (15/10/2020).
- Figura 1. Boris Kaufman / Sputnik. Yuri Andrópov, jefe de la KGB entre 1967 y 1982, y líder de la URSS desde 1982 hasta 1984. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/258012-rusia-celebrar-centenario-organos-seguridad-nacional> (17/9/2020).
- Figura 2. Abbie Rowe (1961). Edward R. Murrow en la jura como director de la USIA y a su derecha el presidente estadounidense John F. Kennedy. Recuperado de: <https://www.coldwarradiomuseum.com/?venue=united-states-information-agency> (17/9/2020).
- Figura 3. Archivo del Museo de Glenbow (1918). En Alberta, Canadá, un afiche con recomendaciones para prevenir la Gripe Española. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2020/03/29/hechos/1585471712_168131.html (17/9/2020).

-Figura 4. T.A. Clary / AFP (2016). Donald Trump y Hillary Clinton durante el primer debate presidencial en la Universidad de Hofstra, en Hempstead, Nueva York.

Recuperado de: <https://time.com/4510778/translate-presidential-debate/> (17/9/2020).

-Figura 5: B. Smialowski / AFP (2018). El fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, asumió responsabilidades ante el Congreso norteamericanos por el caso de Cambridge Analytica. Recuperado de: <https://mashable.com/article/facebook-american-edge-regulations/> (17/9/2020).

-Figura 6. Reuters (2020). El Director General de la OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, habla en la Conferencia Anual de Seguridad de Munich, Alemania, el 15 de febrero de 2020. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/mundo/2020/02/15/la-oms-advirtio-que-todos-los-paises-deben-prepararse-para-la-llegada-del-coronavirus-porque-es-imposible-predecir-el-futuro-de-brote/> (17/9/2020).

-Figura 7. First Draft (2017). Siete tipos de mala información y desinformación [infografía]. Recuperado de: https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado/?_ga=2.78234960.594598435.1602658480-197140467.1602658480 (15/10/2020).

-Figura 8. ONU (2020). Noticias falsas y desinformación, otra pandemia del coronavirus [captura de pantalla]. Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922> (15/10/2020).

-Figura 9. Redacción (2020). 6 consejos para evitar noticias falsas y sólo compartir información segura [infografía]. Recuperado de: <https://www.redaccion.com.ar/6-consejos-para-evitar-noticias-falsas-y-solo-compartir-informacion-segura/> (15/10/2020).

Títulos consultados fuera de la bibliografía

-Desinformación. (2005, 11 de mayo. 10/6/2020). En Wikipedia, la enciclopedia libre. <enlace permanente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Desinformaci%C3%B3n>> recuperado el 16 de septiembre de 2020 a las 18:00.

-Guerra Fría. (2003, 15 de octubre. 11/9/2020). En Wikipedia, la enciclopedia libre. <enlace permanente: https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_Fr%C3%ADa> recuperado el 15 de septiembre de 2020 a las 17:00.

-Stasi. (2005, 31 de octubre. 1/7/2020). En Wikipedia, la enciclopedia libre. <enlace permanente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Stasi>> recuperado el 23/9/2020 a las 14:45.

-Selvage, D. y Nehring, C. (2019). Wilson Center. Sources and Methods: a blog of the History and Public Policy Program. Operation “Denver”: KGB and Stasi Disinformation regarding AIDS. Recuperado de: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/operation-denver-kgb-and-stasi-disinformation-regarding-aids> (23/9/2020).