

# La monetización del pánico: el manejo de la información en tiempos pandémicos

The monetization of panic: managing information in pandemic times

**Ana Gabriela Rubio Escobar<sup>1</sup>**

## Resumen

Análisis sobre el papel de los medios de comunicación durante la pandemia de Covid-19, particularmente en América Latina. Se propone describir los factores que generaron pánico y desinformación que a su vez afectó la gestión de la pandemia por los gobiernos nacionales. La premisa del texto es ahondar sobre el papel de los medios como críticos y cuyo ejercicio de cuestionamiento llega al punto de generar incredulidad por parte de la población y como ello afecta a la implementación de las políticas públicas en materia sanitaria.

**Palabras clave:** Infodemia; Pandemia; Medios de comunicación; Redes sociales; Mediatización.

## Abstract

Analysis on the role of the media during the Covid-19 pandemic, particularly in Latin America. It is proposed to describe the factors that build panic and misinformation that in turn affected the management of the pandemic by national governments. The premise of the text is to delve into the role of the media as critics and whose exercise

---

1 Doctorante en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México.  
Contacto: <[gabrielarubioescobar@outlook.com](mailto:gabrielarubioescobar@outlook.com)>

of questioning reaches the point of generating disbelief on the part of the population and how this affects the implementation of public policies in health matters.

**Keywords:** Infodemic; Pandemic; Media; Social networks; mediatization.

El año 2020 supuso que fuera evidente que la humanidad es más cartesiana que nunca: Duda de todo, incluso de la existencia de cosas que le pueden resultar mortales. Aquí estamos frente al reto mayúsculo de exponerse a cantidades enormes de información y que ello no suponga una forma de construir criterio frente a situaciones de vida o muerte.

Se habla de infodemia definida como la generación de grandes cantidades de información, logrando una distorsión de la realidad e inclusive la duda constante de todo. La consecuencia mayor han sido las noticias falsas, con resultados que han derivado en la quema de hospitales, ataques a médicos, a enfermeras y lo más grave es la negación de la existencia de un virus letal, mortífero, altamente contagioso, cuyas medidas de prevención resultan sencillas –lavarse las manos constantemente, usar cubre bocas, distancia social–, pero ha constituido un verdadero reto su implementación, principalmente por la incredulidad de muchos y la necesidad de miles alimentada por información bien estructurada, aparentemente verdadera, pero carente de sustento científico.

Aquí estamos en un contexto donde en un periodo de un mes “se lograron subir 361.000.000 de videos en YouTube en las categorías de ‘COVID-19’ y desde que comenzó la pandemia se han publicado cerca de 19.200 artículos en Google Scholar. En el mes de marzo, unos 550 millones de tuiteos incluyeron los términos coronavirus, corona virus, covid19, covid-19, covid\_19 o pandemia” (OPS, 2020).

Mucho se ha escrito sobre la significación que el liberalismo le ha conferido a la libertad de expresión e inclusive se habla de una relación intrínseca entre democracia, libertad de expresión y libertad de mercado. Sin embargo, la posibilidad de decir cualquier cosa teniendo acceso a plataformas que llegan a miles de personas cuesta vidas y complica la acción gubernamental para tratar de contener un virus.

Entonces ¿cuál es el papel que juegan los medios de comunicación tradicionales y los no tradicionales en tiempos pandémicos? ¿Cómo contribuyen a la labor de contención y prevención? ¿La información ha sido usada para obligar acciones políticas determinadas en función de los intereses que pueden tener los grandes conglomerados mediáticos? Y ¿la precarización del periodismo ha contribuido a la proliferación de la infodemia?

El propósito de este trabajo será ahondar en las cuestiones citadas en el contexto de la pandemia de Covid-19, particularmente en el caso de México y desde una perspectiva latinoamericanista, para tratar el tema de cómo desde la narrativa mediática es posible forzar acciones políticas, técnicas o sanitarias, con respecto al manejo de una pandemia, así como indagar cuál es el papel de los medios de comunicación y de las redes sociales como difusores de información que resulta estratégica e incluso puede salvar vidas.

## La propagación y el inicio de la pandemia

El Covid-19 provino de un mercado de animales en China, que, en gran medida gracias a la conectividad producida por la globalidad exacerbada, se logró expandir por todo el mundo. En un principio, los medios de comunicación alertaron de una extraña fiebre que otra vez había nacido en Oriente. Nuevamente el

Occidente estaba siendo amenazado por China y había que cuidarse, cerrarse y alejarse lo más posible. En los grandes conglomerados mediáticos se habló de un virus que se produjo por la barbarie de comer animales exóticos y lo que ello significaba para la civilización. De noviembre a enero el debate sobre civilización y barbarie se reactivó, las fronteras se cerraron para los países orientales y mediáticamente al Covid-19 se le caracterizó como el virus chino.

El virus llegó a Europa, vía Italia, para expandirse de la misma forma con que viajan las mercancías de contrabando, desnudando las redes ilegales de comercio que jugaron en contra de la parte norte de dicho país que también resulta la de más riqueza. Lombardía, Milán y las grandes ciudades italianas comenzaron a sufrir los efectos. En redes sociales ya no se hablaba de un virus proveniente de un país, ya se le daba una categoría epidémica y se llamada a encerrarse, cerrarse y aislarse. Europa comenzó a sufrir los embates de un virus altamente contagioso y que para prevenir su contagio se llamaba al distanciamiento social.

Giorgio Agamben, en la compilación titulada *Sopa de Murciélago*, que reúne textos realizados durante el aislamiento, afirmaba que la pandemia era una invención debido a lo conveniente que ello resultaba para el capitalismo, particularmente para las universidades, las cuales por años habían intentado imponer un modelo educativo a distancia y digitalizado, que con la aparición del Covid-19 fue implementado como respuesta al súbito cierre de los centros educativos y con el fin de continuar con los cursos. Agamben en ese primer texto habla directamente de que el COVID-19 es un invento del capitalismo, porque la tasa de mortalidad más alta ha afectado con fuerza a los sectores que son lo que generan la mayor carga a los sistemas públicos de salud (Agamben, 2020).

Pero el virus continuó avanzando e invento o no, su mortalidad es alta. A un año de la irrupción del Covid-19 en el mundo,

64.5 millones de personas se han infectado y se registran casi dos millones de muertos (OMS, 2020). Aunado al mortal avance del virus sobre todas las naciones y la tecnología, el acceso inmediato a la información ha jugado un papel fundamental para el propio entendimiento del Covid-19, las medidas de prevención e inclusive de su existencia.

En ese sentido, el papel que juega la difusión de información y la relación entre gobierno, medios de comunicación y el acceso universal a miles de fuentes de consulta, ponen en cuestión la interacción entre el gobierno y sus ciudadanos. El Covid-19 vino a generar una balanza universal sobre la capacidad de los estados para responder a las emergencias y también sobre la voluntad de los gobernantes de comunicarle a su población sus planes, proyectos y políticas.

¿Cómo se narra mediáticamente la emergencia? Como se describió en líneas anteriores, la primera narrativa que privó en los medios de comunicación fue la de un virus extranjero, proveniente de una potencia económica incómoda y que en poco tiempo ha logrado dominar a los espacios comerciales de Occidente. El virus se construyó mediáticamente como una amenaza desconocida, pero alejada.

Sin embargo, el Covid-19 llegó a Occidente y quedó claro que no se conocía el alcance, así como el peligro por lo que se subestimó la peligrosidad. El resultado inmediato en Europa fue el contagio masivo, la mortalidad sin freno y el comienzo del cierre de fronteras, dando paso al aislamiento tan anhelado por los grupos de ultraderecha, cuyos adeptos se han incrementado en los últimos años que se hizo realidad esta pandemia. El aislamiento social se hizo obligatorio, pues se consideró la forma más viable para tratar de frenar el avance del contagioso virus.

Desde América Latina, con este deseo muy característico nuestro de mirar a Europa como ejemplo, muchos países optaron por cerrarse, aislarse y comenzar periodos de cuarentena obligatoria prolongados. Olvidando sus propias características económicas, las cuales hacen casi imposible mantener a la gente en su casa, porque la mayoría no cuenta con trabajos formales garantes de sustento a través de actividades realizadas desde su hogar.

En el caso de México, durante la primera semana de marzo los grandes conglomerados mediáticos, así como *influencers* nacionales en *Twitter*, destacaban incansablemente la necesidad de quedarse en casa. Pero ahí vino el crudo golpe de realidad que muchos decidieron ignorar, ¿cuántos podían darse el lujo de no salir a trabajar? Terrible sorpresa develada por los números, que en México casi el 50% de la población tiene trabajos informales y que su ingreso depende de su actividad diaria. Aunado a ello, la narrativa mediática dejaba del lado la proporcionalidad en términos del tamaño de los países, la densidad de población e inclusive de nuestra variada geografía. Datos indispensables para analizar todo el fenómeno de la propagación del virus.

¿De dónde viene la decisión de narrar mediáticamente la pandemia poniendo a Europa como ejemplo? ¿Por qué se insiste en comparar cuando la realidad continental y por cada uno de sus países es abismalmente distinta?

Informar en tiempos pandémicos

De acuerdo con el *Manual de Comunicación de riesgos en emergencias de salud pública de la Organización Mundial de la Salud* publicado en 2018, ante situaciones de emergencia se recomienda facilitar información frecuente y precisa con un lenguaje sencillo a fin

de que las personas puedan tomar decisiones adecuadas y consecuentes con la emergencia.

¿Cómo se informaron algunos países sobre su manejo y evolución de la pandemia en sus naciones? El gobierno argentino decidió compartir cifras diariamente con los medios de comunicación y su presidente, Alberto Fernández, solo salía en cadena nacional cuando se determinaba la ampliación del aislamiento obligatorio. En España se designó al director del Centro de Coordinación de Emergencias de Sanidad para dar una conferencia diaria sobre contagios y fallecidos. En Perú, al principio de la pandemia el entonces presidente Martín Vizcarra aparecía en televisión diariamente para entregar un reporte sobre la evolución del coronavirus; adicionalmente se habilitó un número especial de *Whatsapp* para que la ciudadanía pudiera enviar sus preguntas sobre temas generales. En Brasil, la Secretaria de Salud realiza una actualización diaria en su sitio web sobre los nuevos casos que se registran y fallecimientos en el país. En el caso de Estados Unidos, el ahora ex presidente Donald J. Trump informaba diariamente y concluyó ese ejercicio en abril de 2020. En Reino Unido, el secretario de Relaciones Exteriores, Dominic Raab fue el encargado de entregar las cifras de contagio.

En el caso de México el gobierno encabezado por Andrés Manuel López Obrador, a partir del 29 de febrero de 2020 en punto de las 19:00 horas, se comenzó a hacer conferencias diarias por parte del Subsecretario de Salud, Hugo López Gattell, diseñadas para informar sobre la evolución del virus en México. Llama la atención que la apuesta del gobierno *obradorista* fue hacia los medios electrónicos, ya que las conferencias se transmitían a través de la plataforma de videos *You Tube* y la red social *Facebook*. Posteriormente ante el aumento de espectadores, la transmisión se llevó a cabo a través de los canales públicos (11 y 22). En esa primera

conferencia se destacó que la primera persona en México registrada con Covid-19 fue un caso importado de Bérgamo, Italia, y se informaba que había cuatro casos confirmados: uno en Culiacán, otro en Torreón y dos en la Ciudad de México. Todos los casos provenían de esa ciudad italiana (Gobierno de México, 2020).

De acuerdo con información de Mario Andrés Landeros (2020), el 30 abril de 2020 las conferencias vespertinas encabezadas por Lopez Gattell de las siete de la noche en Palacio Nacional, que son transmitidas en *YouTube* por el canal del Gobierno de la República y actualmente cuenta con 640 mil suscriptores, en esa fecha registró 319 mil reproducciones. Cabe aclarar que se toma como referencia ese día, dado que con motivo del día del niño se realizó una dinámica dedicada a responder preguntas sobre el Covid-19 enviadas por infantes.

A partir del 3 de diciembre de 2018, en punto de las siete de mañana, el presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador lleva a cabo una conferencia de prensa en la que habla sobre temas relevantes para su gobierno. La conferencia puede seguirse a través de su página oficial en *Facebook*, *You Tube* y los medios nacionales llevan a cabo una transmisión de los temas que consideran más atractivos para los espectadores (López Ponce, 2018).

A partir del 29 de febrero de 2020 el espacio mediático mexicano estuvo dominado por las conferencias del gobierno federal. Inclusive desde el 24 de abril del 2020, se iniciaron las “Conferencias para el Bienestar” a cargo de la Secretaria del Trabajo y Previsión Social, Luisa María Alcalde; las mismas concluyeron el 31 de octubre del mismo año. En dichas conferencias, que también fueron transmitidas a través de *You Tube*, se hablaba acerca del avance en la implementación de programas sociales para intentar paliar los efectos de la pandemia a nivel económico (Valasis, 2020).



Lo anterior da cuenta de que el gobierno mexicano apostó por saturar el espacio mediático con información técnica de diferentes políticas públicas implementadas a partir de la aparición del Covid-19. ¿Qué hacer ante este exceso de información? Lo lógico hubiera sido que ello abonara a la crítica y a un cuestionamiento razonado. Sin embargo, la constante ha sido que los periodistas que acuden a dichas conferencias hacen preguntas prefabricadas y poco relacionadas con el tema que se trata durante las apariciones diarias de López Gattell o en su tiempo de Luisa María Alcalde. Haciendo el ejercicio reiterativo y que muchas veces no suma para la construcción de un juicio razonado por parte de la ciudadanía que escucha las conferencias.

De acuerdo con el Observatorio de Calidad Informativa de la Universidad Iberoamericana que realizó un seguimiento de doce espacios informativos mexicanos, tales como: *Milenio*, *Reforma*, *La Jornada*, *El Universal*, *Animal Político*, *SDP*, *Aristegui Online*, *Sin Embargo*, *Televisa*, *TV-Azteca*, *Milenio TV* y *Excélsior-TV*, a lo largo de momentos clave en torno al manejo de la pandemia, se concluye que existe una carencia de especialización en temas de salud por parte de los periodistas que cubren las conferencias vespertinas (Universidad Iberoamericana, 2020), puesto que hay una tendencia a no firmar las notas o bien que un mismo comunicador cubra diferentes temáticas y no tenga un conocimiento profundo de ninguna materia que le permita formular preguntas técnicas y que resulten un desafío para el interlocutor.

Por el contrario, las preguntas pre fabricadas y ajenas al contexto o la exposición presentada genera una desconexión y el ejercicio de informar se torna monótono. En consecuencia, las conferencias, tanto en materia sanitaria como las presidenciales, han comenzado a desestimarse como un ejercicio de intercambio de información y han comenzado a ser un ejercicio de desgaste para las

personas que asisten, para los funcionarios que brindan la información, así como para la propia figura presidencial.

Siguiendo con la información que brinda el Observatorio citado, se destaca que hay una carencia de investigación por parte de los periodistas, dado que el 80% de las fuentes que utilizan para realizar sus notas son oficiales; en consecuencia, la posibilidad de contrastación de la información es muy baja y a su vez merma el análisis en torno a los datos presentados por el gobierno mexicano. Es decir, el ejercicio de poner a disposición por parte de entidades de gobierno la información con respecto a sus acciones supone que ello genere la capacidad crítica y argumentativa por parte de los periodistas. En cambio, las notas periodísticas optaron en muchas ocasiones por privilegiar lo anecdótico por encima de lo informativo.

Al panorama de la saturación del espacio mediático por parte de las entidades de gobierno, se sumó el debate en redes sociales con respecto a las cifras, medidas y acciones por parte del estado mexicano. De pronto los usuarios de redes sociales se volvían expertos en salud, economía, empleo, epidemiología, entre otros temas, y la red se saturó de potenciales soluciones y quejas. A lo largo de los meses, en *Facebook* y *Twitter*, se han construido dos bandos: quienes apoyan la estrategia del gobierno federal y quienes la reprueban rotundamente. En esos bandos no hay medias tintas, no hay matices y el intercambio de información (verdadera o falsa) se hace una constante en los acalorados debates.

Los internautas, que rechazan la estrategia implementada por la Secretaría de Salud mexicana, optaron por grabar las conferencias matutinas o vespertinas y posteriormente editar los videos para muchas veces sacar de contexto la información y contribuir a la confusión. La constante también ha sido la defensa a ultranza de la estrategia, negando errores u omisiones, así como la

mención de que la crítica responde a intereses ajenos al bienestar nacional y que por lo tanto no contribuye a que el país mejore.

En redes sociales el exceso de información y la sobreexposición se ha traducido en polarización y debates intensos entre uno y otro lado. A ese panorama se sumó la proliferación de noticias falsas, teorías de la conspiración y en muchos casos la incredulidad por parte de los usuarios hacia la información presentada por las autoridades.

### La monetización del pánico

¿Es posible obtener grandes ganancias a partir de la información que genera pánico en las personas? Y en caso afirmativo, ¿quién monetiza el pánico que siente la población ante la sensación de vulnerabilidad producida por un virus desconocido?

Esa pregunta ha estado presente desde el inicio de la pandemia cuando se hizo común ver en redes sociales y noticieros, imágenes de las largas filas de personas comprando grandes cantidades de papel de baño, agua, víveres, entre otras cosas. Ante ese escenario los gobiernos nacionales y locales llamaban a la prudencia y a no caer en comprar por la paranoia.

Las personas cayeron en ese grado de histeria por convicción propia o también fue una consecuencia directa de la exposición a grandes cantidades de información, muchas veces especulativa, que exacerbó el miedo, la neurosis y con ello el pánico. Aunado a las grandes cantidades de información se suma la baja calidad de esta. Con la aparición de las redes sociales, el ritmo de los acontecimientos rebasa al propio trabajo periodístico. En consecuencia, la apuesta actual se inclina hacia titulares vistosos o escandalosos que lleven al usuario a dar *click*. Lo anterior debido a que la forma de ganancia de

la mayoría de los sitios de información se hace por vista y no por la lectura de una nota completa o bien el contenido ya no supone una ganancia, sino únicamente que la persona le dé *click* a la nota. Por lo tanto, el impacto se mide por la visita y no por la calidad de la información.

Es decir, actualmente el cuerpo de la noticia pasa a segundo plano y lo que realmente importa es el título y la imagen. En el caso de la información sobre la evolución del Covid-19 a nivel mundial, se cayó en el sensacionalismo muy por encima del trabajo periodístico serio. Como ejemplo están las noticias de finales del 2020 y principios del 2021 que informaban sobre la aparición de “una nueva cepa del Covid-19” en el mundo. Aunque en realidad no necesariamente supone un riesgo mayor, cuando es sabido que el virus mutó desde su primera aparición en Wuhan. Se procura la paranoia por encima del contexto, la científicidad y los datos.

Entonces la monetización de las vistas por encima del contenido produce ganancias tanto para los portales de internet como para los medios. No así para los periodistas, editores, fotógrafos, etcétera. Es decir, la precarización del trabajo periodístico afecta no solo a ese gremio sino a la propia población que ávida de información recurre a dichos sitios y confía plenamente en lo que ahí se dice. Cabe aclarar que este análisis solo hace referencia a los sitios de noticias fidedignos y cuya fuente de ganancia no es a partir de la propagación de noticias falsas. Pues existen sitios de internet dedicados exclusivamente a la generación de información inventada, no verificada, muchas veces conspirativa y que su única pretensión es captar vistas para monetizar cada vez que un usuario da *click*, que muchas veces son atraídos por su historial de búsquedas que se enlaza con su contenido en redes sociales como *Facebook* o *Twitter*.

El modelo de información actual radica en una personalización del usuario y en la idea de hacer un “traje a la

medida” de las personas que interactúan en las redes sociales. Si bien lo anterior no es nuevo o en todo caso ya hay estudios al respecto del uso de algoritmos para que cada perfil sea lo más parecido a los gustos, disgustos, empatías o filias de una persona, la perspectiva que este texto pretende debatir es el efecto que ello tuvo en un contexto de pandemia y que el exceso de información, noticias falsas y teorías de la conspiración hizo mucho más complicado el trabajo gubernamental para contener la pandemia, así como para implementar los programas de vacunación.

Un informe de las Naciones Unidas sobre la circulación de noticias en internet sobre el Covid-19 destacó que, aunado a la desinformación, las noticias falsas y las grandes cantidades de datos a las que los usuarios están expuestos, se sumaron los grupos de ultraderecha, religiosos o fascistas utilizando al coronavirus como un vehículo para expandir sus ideas (UNICRI, 2020). Lo anterior suscitó que muchos de los usuarios de redes sociales que simpatizan con dichos grupos, comenzaran a entender al coronavirus como un arma para eliminar a aquello con lo que no concuerdan. En el caso de los grupos de ultraderecha en Europa, se registró que sus miembros presuntamente infectados de Covid-19 les tosían a los inmigrantes buscando infectarlos. Se registró también que en páginas ligadas al Estado islámico se consideró al coronavirus como un enviado de Alá para combatir a los infieles y castigar a Occidente.

En México, si bien no se ha registrado que grupos de extrema izquierda o derecha utilicen al coronavirus como un vehículo para difundir sus mensajes, los grupos de delincuencia organizada tales como el Cártel Jalisco Nueva Generación, el Cártel de Sinaloa o el de Santa Rosa de Lima, han utilizado a las redes sociales para publicitar donaciones de alimentos, cubre bocas e inclusive insumos médicos en comunidades de alta marginalidad con el objetivo de ampliar su base social.

## Información o sobreexposición

A más de un año de la aparición del Covid-19 en el mundo y en medio de la segunda ola que ha llevado al confinamiento en gran parte de la tierra, el coronavirus sigue dominando la esfera pública; sin embargo, el ritmo de los acontecimientos se disputa la agenda mediática en medios de comunicación y en redes sociales.

A principios de 2021 se registró la irrupción en el Capitolio estadounidense de grupos afines al ex presidente Donald Trump, con el objetivo de impedir la validación de la elección en ese país y con ello evitar que el ahora presidente Joe Biden asumiera el cargo. En últimas fechas, en Países Bajos se han registrado violentos enfrentamientos en contra de las medidas de confinamiento implementadas para contener el rebrote de Covid-19.

En diciembre pasado se llevaron a cabo elecciones legislativas en Venezuela que le otorgaron mayoría parlamentaria al gobierno encabezado por Nicolás Maduro. En octubre Luis Arce, representante del Movimiento al Socialismo afín al presidente Evo Morales, quien sufrió un golpe de Estado, ganó las elecciones presidenciales y tomó posesión días más tarde. Chile logró aprobar un plebiscito para convocar a un congreso constituyente para derogar la constitución que entró en vigor durante la dictadura de Augusto Pinochet.

A un año y dos meses después de la aparición del Covid-19 en China, dos millones de personas han muerto y 100 millones se han contagiado. La crisis sigue, pero a pesar de la tragedia la población mundial está emocionalmente desgastada y fatigada del volumen de información (Burack,2020).

¿Cómo seguir informando para que la pandemia no pase a segundo plano? En este alud de información tanto en redes sociales

como en medios tradicionales, la tragedia se normaliza y parece lograr un efecto contrario al de la prevención. Pues al haber tanta disponibilidad de fuentes de consulta y saturación de difusión de escenarios hipotéticos posibles se termina incentivando a un individualismo que no se traduce en la construcción de corresponsabilidad, sino en la justificación de conductas contrarias al bienestar colectivo, que eventualmente incrementan el contagio.

Esto quiere decir que, por el afán tanto de plataformas de noticias que se difunden en redes sociales como en los medios de comunicación tradicionales, se deja de lado lo esencial: informar las medidas sanitarias preventivas. Lo que da lugar a una especulación sobre la efectividad de las acciones gubernamentales tomadas y termina generando incredulidad tanto en espectadores como de usuarios.

En el caso de México, la sobreexposición ha generado una banalización del peligro y que poco a poco la población decida conscientemente no acatar las medidas impuestas. Al momento de la elaboración de este texto (enero de 2021), se ha registrado la realización de 337 conferencias vespertinas, la mayoría de ellas encabezada por el Subsecretario Hugo López Gattel. Después de un año del inicio de dicho ejercicio, la audiencia ha bajado y se puede percibir una normalización por parte de la ciudadanía con respecto a la tasa de contagios. Ya da lo mismo si crecen exponencialmente o la curva epidemiológica se mantiene. Sin embargo, en las redes sociales el debate apunta hacia cuestionar la estrategia —aún inacabada— por parte del gobierno federal mexicano.

Buena parte de los usuarios de *Facebook* y *Twitter* protagonizan largos debates para cuestionar la estrategia, señalar los errores, destacar las omisiones y descalificar las acciones emprendidas por sus gobiernos. Lo mismo sucede en los medios tradicionales que, al invitar a especialistas que brindan su opinión con

respecto al estado actual de las cosas, terminan por nulificar las acciones gubernamentales y así la constante repetición del descrédito culmina transmitiendo incredulidad.

Desconfiar de todo excepto de la propia existencia, me parece que ha sido el resultado de la sobreexposición en la que estamos. No creer termina siendo lo contrario a criticar, puesto que no se puede hacer una crítica real de algo que no se considera que existe. La no existencia niega la posibilidad de mejora.

Las conferencias vespertinas ahora además de informar sobre la tasa de contagio diario, hacen un recuento sobre el proceso de la vacunación primeramente para el personal médico de primera línea y posteriormente para adultos mayores. La estrategia mexicana apunta a bajar la tasa de mortalidad vacunando al 20% de la población más vulnerable, es decir, las personas mayores de 60 años.

Ante el contexto de incredulidad, duda y fatiga emocional concebir que la pandemia tendrá un fin es casi imposible. En ese sentido, la saturación de información aunado a la propia realidad ha jugado un papel fundamental para generar ese estado de poca esperanza en el porvenir.

La sobreexposición agota, pero no solo para la noticia que se expone una y otra vez, sino para los actores que la exponen. Volviendo al caso mexicano, la figura del Subsecretario Hugo López Gattell, se percibe como sin autoridad o conocimiento, dado que la constante exposición hace que se cometan errores, que las palabras se confundan y que el mensaje pierda fuerza y credibilidad.

## Conclusiones

Las actuales condiciones pandémicas han demostrado la importancia de abonar por un equilibrio mediático, para que lo



importante no se desgaste y que el espectador no se sature. La sobreexposición banaliza a la realidad y vuelve cotidiana a la tragedia.

En el ámbito de los medios tradicionales y particularmente en los noticieros televisivos es indispensable apostar por una balanza informativa. Así como pugnar por ahondar en la dimensión de las cosas a la hora de comparar. Desde los grandes medios de comunicación es común ejemplos de otros países, sin brindar mínimamente criterios para dimensionar los puntos comunes o bien las enormes diferencias entre las comparativas.

Con respecto a las redes sociales se ha iniciado un debate intenso sobre el papel que han jugado en la contención, comprensión y apego de la población a las medidas que tratan de evitar el contagio. Sin embargo, la acción no debería de ser hacia la censura o a la regulación de las redes, sino a un cambio en el modelo de negocio para apostar por el contenido y no por las vistas. Si ha habido una pérdida de la calidad de la información que se encuentra en línea, es porque no es rentable privilegiar el contenido por encima de los títulos. Como humanidad estamos pagando muy caro la precarización del trabajo periodístico.

Ante la cada vez más recurrente idea de regular, la medida debería de ser hacia la delimitación y haciendo responsables a los usuarios por el contenido que generan. El principal problema es la ausencia de consecuencias cuando se difunde una noticia falsa, que puede terminar en una tragedia como hemos visto durante la pandemia de Covid-19, que hizo más compleja la implementación de las medidas de contención del virus.

Otra de las grandes necesidades que se hacen patentes en esta actualidad es la educación digital. Se hace cada vez más urgente, educar a los usuarios para distinguir entre la información fidedigna o la falsa. No se trata de satanizar a las redes sociales, sino de que

vuelvan a ser aliadas de la comunicación humana y no un campo de incertidumbre, odio, duda y mentiras.

Además del manejo por parte de las empresas y la educación de los usuarios para interactuar sanamente en ese medio, es también necesario afrontar las propias sombras sociales de cada país que se extrapolan por las condiciones de anonimato y bajo una cuestionable noción de libertad de expresión.

Las palabras importan, así como debe advertirse que las imágenes moldean percepciones y construyen nociones basadas en el odio, la discriminación y otras actitudes que exacerbaban los sentimientos nacionalistas, aislacionistas y extremistas, que eventualmente saltan del ámbito digital y motivan a emprender acciones con resultados funestos.

Es de vital importancia que las redes sociales se entiendan como un mundo aparte del espacio y el terreno físico. En ese ámbito, se debe buscar también un equilibrio en los algoritmos y no permitir trajes a la medida de contenido, que eventualmente privan al usuario de la posibilidad de contraste y generan que la realidad se configure únicamente bajo su percepción.

El debate informado, la crítica razonada y el acceso a información de calidad nutre a la ciudadanía. En cambio, la saturación, la sobreexposición y las noticias falsas empobrecen la capacidad crítica de la sociedad dejándonos a merced de la incredulidad y la banalidad de la lacerante realidad como en este caso con la aparición del COVID-19.

## Referencias bibliográficas

Agamben, Giorgio (2020). La invención de la pandemia. En: G. Agamben y otros, *Sopa de Wuhan* (pp. 17-20) Editorial ASPO. Recuperado de: <https://www.elextremosur.com/files/content/23/23684/sopa-de-wuhan.pdf>

Burack, Cristina (2020). Opinión: por qué necesitamos menos cobertura mediática del coronavirus. *DW*. Recuperado de: <https://www.dw.com/es/opini%C3%B3n-por-qu%C3%A9-necesitamos-menos-cobertura-medi%C3%A1tica-del-coronavirus/a-55309314>

Gobierno de México (2020). Conferencia 29 de febrero. Recuperado el 23 de diciembre de 2020 de: <https://coronavirus.gob.mx/2020/02/29/conferencia-29-de-febrero/>

Landeros, Mario Andrés (2020). Las conferencias de López-Gatell superan 3 a 1 en rating a “mañaneras” de AMLO. *El Universal*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/conferencias-de-lopez-gatell-superan-3-1-en-rating-mananeras-de-amlo>

López Ponce, Janette (2018). ¿Qué dijo AMLO en su primera conferencia matutina? *Milenio Noticias*. Recuperado de: <https://www.milenio.com/politica/la-mananera-de-que-hablo-amlo-en-su-primera-conferencia>

Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020). Estadísticas. Recuperado de: [https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=Cj0KCQiAk53-BRD0ARIsAJuNhpust6Vht8Js\\_l8jrj7G3CjXgSaOyjb4\\_6SwEulz n1YgT0M\\_ta9sK1waAi0NEALw\\_wcB](https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=Cj0KCQiAk53-BRD0ARIsAJuNhpust6Vht8Js_l8jrj7G3CjXgSaOyjb4_6SwEulz n1YgT0M_ta9sK1waAi0NEALw_wcB)

Organización Panamericana de la Salud (OPS) (2020). (Versión digital). Recuperado de: <file:///Users/anagabrielarubioescobar/Downloads/FS-Infodemic-covid-19-SPA.pdf>

United Nations Interregional Crime and Justice Institute (UNICRI) (2020). Stop the virus of disinformation. Recuperado de: <http://www.unicri.it/sites/default/files/2020-11/SM%20misuse.pdf>

Universidad Iberoamericana (2020). Expertos revisan cobertura mediática y discurso de gobierno sobre COVID-19. Recuperado de: <https://ibero.mx/prensa/expertos-revisan-cobertura-mediatica-y-discurso-de-gobierno-sobre-covid-19>

Valasis, Adriana (2020). Conferencias del Bienestar llegaron a su fin: Luisa Alcalde. Recuperado de: <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/conferencias-del-bienestar-llegaron-a-su-fin-luisa-alcalde/>