

Pandemia comunicacional en tiempos de coronavirus¹

Adalid Contreras Baspineiro (*)

Resumen

Todo proceso de comunicación, en tanto hecho social, ocurre en un contexto histórico, social, cultural, económico, político y comunicacional determinado. La dinámica de este momento histórico se construye determinándose mutuamente con las condiciones de reproducción de las sociedades, con las condiciones de relacionamiento social entre sus diversos actores y, también, con las condiciones de comunicación, cuyos procesos no ocurren en el vacío, y más al contrario están cargados de historicidad, respondiendo a contextos específicos para promover prácticas sociales y construir sentidos de sociedad a partir de la producción, intercambio y apropiación discursiva.

Este es el marco de comprensión de los procesos de comunicación en tiempos de coronavirus, que ocurren en un mundo conmovido, y que se reproduce en un encadenamiento entre un virus desconocido, pobreza manifiesta y prácticas individualistas que se constituyen en un territorio dificultoso para las medidas de contención y mitigación de la pandemia. Si a esto se suma la pandemia informativa constituida por el arrastre de prácticas publicitarias, estilos sensacionalistas, expansión de las *fake news* y sobreinformación, estamos en presencia de escenarios sociales de alta incertidumbre, vulnerabilidad y conflictividad.

Palabras clave:

Pandemia informativa. Incertidumbre. Distanciamiento social. Aislamiento sin ausencia.

Abstract

Every communication process, as a social fact, occurs in a specific historical, social, cultural, economic, political and communication context. The dynamics of this historical moment is built by mutually determining the conditions of reproduction of societies, with the conditions of social relationship between its various actors and, also, with the conditions of communication, whose processes do not occur in a vacuum, and more. on the contrary, they are loaded with historicity, responding to specific contexts to promote social practices and build meanings of society based on production, exchange and discursive appropriation.

This is the framework for understanding communication processes in times of coronavirus, which occur in a shaken world, and which is reproduced in a chain between an unknown virus, manifest poverty, and individualistic practices that constitute a difficult territory for measures containment and mitigation of the pandemic. If to this is added the information pandemic constituted by the dragging of advertising practices, sensationalist styles, expansion of fake news and overinformation, we are in the presence of social scenarios of high uncertainty, vulnerability and conflict.

Keywords:

Informational pandemic. Uncertainty. Social distancing. Isolation without absence.

¹ El presente artículo, con actualizaciones y complementaciones, se basa en el primer capítulo de: Adalid Contreras Baspineiro, *Quitarnos los miedos. Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa*, Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador (Quito: UASB, 2020).

El mundo está conmovido

El terreno en el que se desenvuelven los procesos de comunicación en tiempos del coronavirus es, por decirlo en términos cotidianos, raro; y precisando sus sentidos, se trata de un espacio desconocido para los esquemas naturalizados de producción, circulación y consumo de mensajes por diversos medios propios de los tiempos pre-pandemia. Siendo así, la misión comunicacional, consistente en la producción de sentidos de sociedad, de cultura, de política y de espiritualidad, necesita rehacerse o reinventarse en las nuevas condiciones de reproducción que, como dice Gonzalo Arias, se desenvuelven en un mundo que está conmovido, porque *“lo inesperado, lo impredecible, la incertidumbre sobre los alcances demográficos y temporales, la falta de certeza en la información a nivel mundial y los potenciales efectos mortales de un nuevo virus que ya alcanzó el estatus de pandemia, dispararon los temores y, por momentos, el pánico y la psicosis en la sociedad mundial”*.

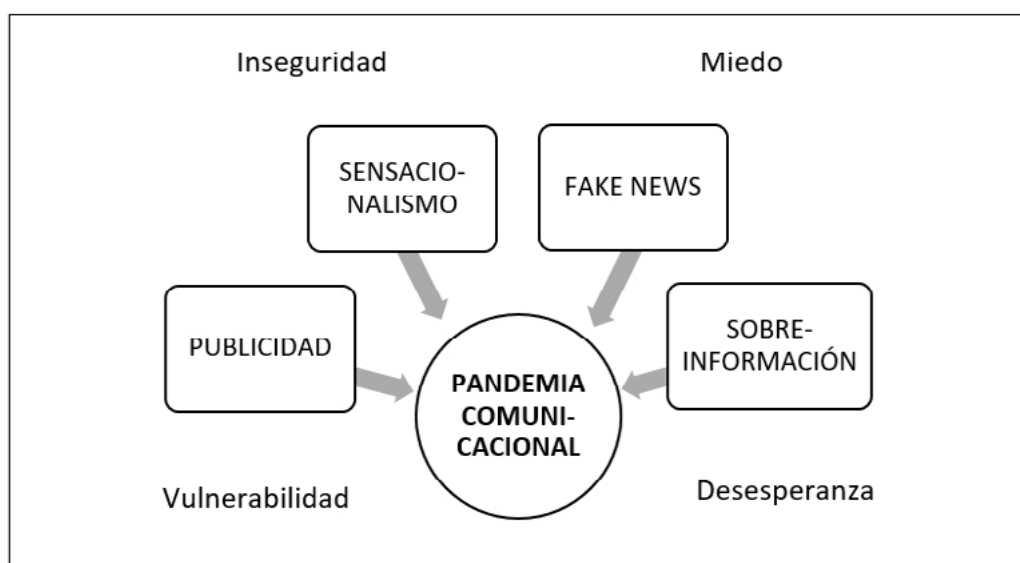
El mundo ha cambiado, pero curiosamente los procesos de comunicación se siguen reproduciendo en sus clásicos estilos heredados de un sistema mercantilizado en el que la publicidad, el sensacionalismo, las *fake news* y la sobreinformación acaban sumándose al avance arra-

sador del Covid-19, generando otra pandemia que también debe ser erradicada: la pandemia informativa que demuestra que la comunicación no se conmueve en un mundo que está conmovido. El gráfico 1 es expresivo de este proceso.

Es una afirmación compartida reconocer que la globalización trajo consigo la mercantilización de la comunicación y legitimó programaciones que aligeraron el discurso, en contenido y forma, a la par del aligeramiento de la vida. Y entonces se impusieron como los dispositivos útiles de un estilo sensacionalista la búsqueda de la exclusividad, la primicia informativa, la banalización de los hechos y la espectacularización de la vida. La difusión se hizo propagandística, valiéndose de los recursos del marketing. La mentira, con las *fake news*, se metió en los intersticios de las redes sociales y de ahí dio su salto a los medios masivos cada vez más ajenos a los códigos de ética. Y bajo la creencia que se informa atosigando los espacios y las mentes con titulares sin contenidos, se agobia a una población que requiere orientación y no saturación.

En tiempos de coronavirus, muchos medios y gobiernos no cambian sus concepciones, ni sus modos, ni sus estilos comunicacionales

Gráfico 1
Infodemia



Elaboración propia

centrados en los esquemas difusionistas que consideran que su misión es persuadir y modelar conductas. Y actúan así, porque esto es lo que saben hacer y, además en un contexto de globalización, este modelo les brinda fama, rating e ingresos. El sistema comunicacional comercial contemporáneo se diseñó así, y no se hicieron esfuerzos para pensar si seguía siendo viable en tiempos del coronavirus. Simplemente se siguió con el esquema conocido, aun sin percatarse que este arrastre acrítico resultaba inconveniente para hacerle frente al virus, convirtiéndose en otra pandemia, la infodemia, que también tiene que ser erradicada.

Quitarse los miedos

En situaciones de calamidad, desastre o pandemia, como es el caso de estos tiempos de coronavirus, hacer comunicación tiene que tomar en cuenta que el ambiente social está dominado por una sensación justificada de vulnerabilidad, que es a su vez producto de la incertidumbre provocada por el factor que altera negativamente la cotidianeidad, desequilibrándola y poniéndola en situación de riesgo.

En cualquier situación, no solamente de crisis, la incertidumbre es una realidad no previsible y sin perspectivas definidas, salvo la imaginación de posibles escenarios. En consecuencia, interpretar y asumir esta realidad, incierta, se mueve en el terreno de lo posible sin certezas plenas, mejor dicho, se mueve en el terreno de las posibilidades, por lo que es una tendencia lógica acudir a supuestos o hipótesis como adelantos de respuestas para determinar ese estado de situación posible. En consecuencia, se desarrolla en el terreno de las realidades complejas planteadas por Morin (1996) como complejas interacciones donde nada está aislado y es posible que pudiera hacerse realidad.

Este es el ambiente de incertidumbre que vivimos en tiempos del coronavirus, configurando un estado de situación en el que *“una vez más nos llegan incertidumbres sobre la realidad que impregnan de incertidumbre los*

realismos y revelan, de pronto, que aparentes irrealismos eran realistas” (Morin, 1999, p. 42). Hay más interrogantes que certezas y una necesidad humana de creer en que esta pesadilla terminará algún día y nosotros estaremos al final del túnel. En este proceso, en el que el futuro, del mismo modo que el presente es una realidad de incertidumbre, se tienen que ir tejiendo verdades para avizorar alternativas. En este camino, las conjeturas tienen que dar paso a respuestas que necesitan ser conducidas para avizorar alternativas de solución y paralelamente no derivar en vulnerabilidades. Por esto, la incertidumbre, además de un factor de indefinición, puede ser un punto de partida importante para ir tejiendo respuestas que despejen las dudas y encaminen soluciones. En realidad, la incertidumbre es el camino que la comunicación tiene que aprender a recorrer para derivarla en esperanzas, quitándose los miedos.

En situaciones como las que vivimos con el coronavirus, una de cuyas características es que resulta desconocido para los alcances de la ciencia médica, este ambiente podría tornarse dramático, porque lo que están en juego son vidas sujetas a la inestabilidad de alternativas médicas, especialmente cuando la curva de contagios escala comunitariamente. Y si bien, ante las falencias en salubridad se toman medidas sociales adecuadas para la contención de la pandemia, como la cuarentena, o el distanciamiento social y otros relacionados con el cuidado personal, el ambiente de incertidumbre es propenso a ser ganado por el miedo que visibiliza dudas y pone en circulación sus temores respecto a la respuesta médica, a la capacidad en infraestructura, equipamiento de salud y bioseguridad para la atención de la pandemia.

El miedo juega un papel crucial en estas situaciones. Es una emoción con sensación de aversión al riesgo o la amenaza y, especialmente, de temor ante la percepción de un peligro, real o supuesto, presente o futuro. Cuando este sentimiento no puede ser controlado y se generaliza por la presencia inminente de

un peligro no explicado ni suficientemente racionalizado, se pasa a un estado intenso de miedo colectivo.

Apelando a Freud, Juan Antonio Barrera (2010) afirma que el miedo del individuo puede ser provocado por la magnitud del peligro o por la ruptura de lazos afectivos, del mismo modo que el pánico, que se produce por la intensificación del peligro que a todos amenaza o por la ruptura de los lazos afectivos que garantizaban la cohesión de la masa. Añadamos que en la debilitación de estos lazos juega un rol crucial la desinformación y en nuestros tiempos la pandemia informativa.

Es en estas circunstancias, de miedo individual y/o colectivo, que en las personas se activa un mecanismo proteccionista de instinto de supervivencia que conduce a conductas no gregarias o de primacía de sí mismo y la familia o su entorno inmediato en una especie de filosofía del “sálvese quien pueda”. En tiempos de pandemia, sin negar la existencia de importantes experiencias de solidaridad, priman las emociones, conductas y tendencias individualistas, muchas veces egoístas, que generan situaciones en las que las prácticas de solidaridad son relegadas y absorbidas por la fragmentación que transforma las dinámicas colectivas a la prioridad de la propia seguridad y sobrevivencia. Es decir, se tiende a ser solidario en la medida que la acción colectiva favorece la propia seguridad personal y, en casos extremos como la pandemia, la seguridad de la familia.

Este factor conduce a asumir, por una parte, actitudes de extrema protección y de exagerada previsión, como un reflejo emocional del reino del miedo, provocador de situaciones de caos y de pánico, lo que agudiza socialmente el problema que se mantiene siempre como situación de riesgo. Es en este ambiente que se desata por ejemplo la arremetida consumista en los mercados, farmacias y centros de abasto, especialmente cuando los discursos de autoprotección no tienen como contraparte una adecuada y oportuna información, que conduzca

paulatinamente los estados emocionales a los cognitivos y racionalizados.

Otro factor, contrario, que opera en estas situaciones de miedo es que, en el ambiente cotidiano, la apropiación de la posibilidad de superación del riesgo se asume con un sentido de ilusión, o de evasión, convirtiéndolo emocionalmente en un hecho externo, ajeno, que se espera no le llegue a uno ni a su familia, aun a sabiendas que el virus está rondando en el ambiente y está tocando las puertas de cada vivienda.

A diferencia de la anterior situación, catastrofista, en estos casos, que externalizan el problema, se podría caer en situaciones de un exceso de confianza que podría conducir al descuido o a la justificación de la inexistencia de posibilidades para tomar las previsiones, como es el caso, por ejemplo, de la población en situación de extrema pobreza que, por sí misma, no tiene las condiciones para su protección y entonces, ilusoriamente, o con resignación, minimiza el problema, o justifica su anomia en argumentos tales como que se está haciendo una utilización política del tema. Un ingente ejército de trabajadores informales, que no puede darse el lujo de confinarse porque no tienen las condiciones para ello, sale a las calles con la esperanza de un ingreso que les permita cuidar su salud y, al hacerlo, en sus mentes opera la ilusión de no afectarse, aun sabiendo que estarían más seguros en sus casas.

Esto que podría ser comprensible como reacción humana, no puede serlo como políticas estatales que abandonan a su suerte a enormes poblaciones naturalizando la pobreza. Lo incomprensible de las actitudes anómicas se da cuando son aprovechadas y alimentadas por emisarios de la muerte, que minimizan o politizan el problema valiéndose del predominante ambiente de incertidumbre y de marcada desinformación. El resultado de estas y otras situaciones, derivan en la construcción de un estado social de excepción, en el que la combinación de una pandemia de constitución poco conocida, enlazada con una situación de anomia individual y colectiva, hacen más difíciles las soluciones.

Cómo se reproducen las sociedades en tiempos de pandemia

Desde la perspectiva de la comunicación, es necesario definir las condiciones de reproducción social en las que se generan las discursividades respecto al Covid-19, tomando en cuenta las articulaciones entre tres factores estrechamente relacionados: i) la pandemia que es un fenómeno desconocido y global y nos encuentra en condiciones totalmente precarias en equipamiento de salud y bioseguridad; ii) efectos perversos del neoliberalismo que sigue funcionando con mecanismos reguladores de la economía de mercado, tales como variación de precios en función de la demanda y la confirmación en nuestros países de bolsos inhumanos de pobreza y extrema pobreza; y iii) los individualismos que se activan en grados extremos como aspiración de supervivencia.

Pandemia, economía de mercado e individualismo conforman la tríada perfecta para la tragedia, pero, al mismo tiempo, este es el terreno desde el que se tienen que construir salidas que significarán no solamente contención y superación de la pandemia, sino también la inauguración de bases para un nuevo diseño de las sociedades.

Vivimos, a no negarlo, una situación de crisis, que la entendemos en palabras de Helena López-Casares (2020) como *“un cambio en el ritmo normal de los acontecimientos, un giro inesperado de rumbo o un asunto insólito que aparece sin previo aviso”* y, añadimos, desarregla el orden social, descontextualiza las acciones y nubla el horizonte.

En tiempos de pandemia como en este caso, se desnudan no solo las limitaciones humanas sino también las carencias en inversión y en equipamiento e infraestructura de salud y bioseguridad; crisis que se agudiza en este caso porque no se conocen con exactitud los modos adecuados para impedir con eficacia su expansión, así como no se tienen consignados todavía los recursos para su curación. Se trata entonces de una crisis integral, humana, económica, técnica, organizativa y científica.

En estas condiciones, de limitada bioseguridad, la voluntad, compromiso, calidad y calidez de los profesionales de la salud, no son suficientes para acometer con eficacia la atención de un problema que ha puesto en vilo incluso los avances de la ciencia médica. Ahora es cuando se valora en su real dimensión la necesidad de cambiar radicalmente la actual inversión prioritaria en bienes, en comercio, en infraestructura y en armas en desmedro de inversión en la vida.

La pandemia tiene además que ser situada en los tiempos largos de una arraigada economía de mercado, donde la mencionada triada ha venido a mostrar el rostro inhumano de un sistema que se regocija con el ocultamiento de productos y la subida de precios de los artículos necesarios para combatir la pandemia, así como de los alimentos. Asimismo, con el bloqueo a soluciones de conjunto como el acceso a los centros de aislamiento de los casos comprobados de Covid-19 con los muertos en las calles o con el abandono de mascotas en las calles porque serían transmisoras del virus. También con la corrupción gubernamental; o con la búsqueda de preferencias desmedidas por parte de algunos en las concesiones económicas que se agudizan con la crisis, evidenciando así que la vida importa menos que el capital, y que la colectividad es un valor de uso desplazado por el individualismo.

En algunos casos, estos tiempos de coronavirus se están combinando además con coyunturas electorales. No son una buena combinación para posicionar un sentido válido de la vida, porque ambos se disputan el centro de atención y todo lo que tocan se convierte en un bien transable en votos. Su encuentro resulta convirtiéndose en una pésima coincidencia, porque en la lucha contra el coronavirus, todo lo que se hace o deja de hacer, se confunde con proselitismo político. Por ello uno de los dos debería entrar en receso. Y como no depende de una decisión política que el coronavirus salga de nuestras fronteras, lo más factible resulta plantearse una pausa o cuarentena electoral. Pausa que implica frenar las campañas, y redefinir

fechas del proceso electoral, con un acto de desprendimiento de cada frente político quitándose por un tiempo sus camisetas partidarias para ponerse la de su país, de modo que todas y todos, unidos, combatan material y virtualmente la pandemia que se ha convertido en una amenaza que desnuda las fragilidades de los países en el campo de la salud, de la coordinación interinstitucional, de las relaciones internacionales y de las empatías con las ciudadanías.

Harari (2020) afirma que se están reescribiendo las reglas del juego, por la vigencia de dos elementos: *“primero, que no hay nada predeterminado en la manera de lidiar con esta crisis y que hay muchas opciones, no una sola y, segundo, que las decisiones que tomemos tendrán un impacto durante años y décadas y reconfigurarán el planeta”*. O sea que, definitivamente, debemos considerar el tema en la coyuntura actual y en sus determinaciones como sistema en el largo plazo.

Jaime Breilh (2020), reconocido médico ecuatoriano, dice en una entrevista televisada que esta pandemia es una crisis que desnuda las realidades del sistema global económico y de la civilización moderna, sustentando su afirmación con cuatro argumentos sobre las pandemias del siglo XXI que han venido como formas virales de recombinación genética. El primer argumento es que se trata de una pandemia que, sin ser la de mayor letalidad, ha tomado a las sociedades como navegando en una embarcación maltrecha, con filtraciones, sin cartas de navegación conocidas, por lo que estamos trabajando con una brújula equivocada o un modelo de salud pública equivocado. El segundo argumento desafía a entender sus formas de transmisión y configuración distintas, que no conoce de clases sociales y **que afectará en el mediano y largo plazo a los sectores más desfavorecidos**. El tercer argumento es una condición de incompetencia o de debilidad de los aparatos públicos en el modo de detectar el problema con información oportuna que permita actuar de manera adecuada superando el diseño de salud asistencial, de consultorio,

individual, para un paradigma de **determinación social**. Finalmente, hay una ausencia de políticas de equidad y una falta de articulación con las organizaciones sociales.

Estas son, someramente, las condiciones de reproducción social que definen las condiciones de comunicación para las construcciones discursivas en tiempos de pandemia. Las incertidumbres aumentan cuando se interponen preguntas relacionadas con el futuro después del coronavirus, por ejemplo, la situación de nuestros países en materia de empleo, liquidez, precios y otros por los efectos de lo que parece inevitable, una recesión económica, que ya ha sido anunciada por los principales organismos internacionales.

Este tema pendiente, y otros, como los presupuestos nacionales, la inversión en ciencia y tecnología, el impulso prioritario de la salud y la educación, son temas que se tienen que trabajar adecuadamente en una situación en la que ya la pandemia por sí sola nos quita el sueño. Sin duda para la comunicación, la selección y tratamiento de cada tema implica definir prioridades, a sabiendas que en este momento lo importante es contribuir a resistir, contener y superar la pandemia para garantizar la vida.

Lo que sí debemos tener claro en los procesos de reproducción social en tiempos del coronavirus, es que sufren las consecuencias de lo que advierte Lipovetsky en una entrevista reciente: La génesis del virus se vincula con el detrimento de la biodiversidad que rompe con el equilibrio del ecosistema que posibilita la aparición de nuevos virus. El cuestionamiento se enfoca al sistema de producción y consumo que causa el cambio climático (Pita, 2020).

Sensacionalismo

Omar Rincón, destacado comunicólogo colombiano, llama *estilo futbolero*, al modo como se anuncian las noticias. En este caso pensemos en cómo se están anunciando los incrementos diarios del número de afectados y de muertes por coronavirus en los noticieros radiales y

televisivos; con la misma expectativa que crea la ejecución de un penal en el último minuto de juego.

Claro, es que esto, que también se llama *estilo pop*, en términos de la politóloga argentina Adriana Amado, proporciona rating y audiencia. Pero el problemita de su arrastre en tiempos del coronavirus, es que este estilo hecho para el entretenimiento, la evasión y la distracción, se hace aliado de la pandemia, convirtiéndose en otra pandemia, un virus comunicacional que tiene también que ser erradicado, pues atenta contra las propias normas de protección frente al virus.

En la definición de las condiciones de comunicación en tiempos del coronavirus, está predominando la articulación de los factores que transitan entre la expectativa y la ilusión que le hacen contrapeso a la incertidumbre y el miedo.

Estilos reactivos

No se notan estrategias comunicacionales adecuadas por detrás de las piezas sueltas que lanzan los ministerios de comunicación, respondiendo a las coyunturas discursivas con más sentido reactivo que proactivo. Tampoco sus líneas discursivas están claras, pues están transcurriendo entre publicidad de las acciones gubernamentales, instrucciones sobre las medidas que se toman, piezas comunicacionales y actitudes de algunas autoridades que en lugar de acudir a la persuasión recurren al autoritarismo y al miedo, pretendiendo querer combatir el miedo con más miedo, sin medir acaso que estas fórmulas más que a la obediencia pueden llevar a la rebeldía, o al pánico.

La redundancia de los espacios mediáticos con spots televisivos, cuñas radiales, hashtags y notas en *Facebook* y *Twitter*, o las entrevistas y conferencias de prensa de las autoridades, o los comunicados, no suplen una estrategia ni contribuyen a una información adecuada. En un ambiente ciudadano de alta expectativa por estar informados, o mejor dicho bien informados, en el sentido de orientarse por

la información oficial que le hace equilibrio a los rumores y notas generadas en múltiples centros sin la certeza de la veracidad de sus informaciones, es un absoluto contrasentido la presencia de autoridades, como por ejemplo ministros, que actúan oficiosamente como voceros voluntarios, contradiciéndose a veces con sus pares o con ellos mismos.

La vocería oficial es necesaria, y obligatoria, con una presencia de autoridad técnica y política que por sobre todas las cosas se convierte en factor de confianza para la población. Lo que vemos en las experiencias de los países no es precisamente este procedimiento recomendable, sino el predominio de la dispersión de voces oficiales sin seguir rigurosamente una línea discursiva, y un estilo discursivo, con lo que acaban contribuyendo a la desinformación y la incertidumbre. Estamos viviendo una pandemia informativa.

El sensacionalismo, que debería ser un estilo erradicado, no pierde presencia y banaliza la pandemia y sus manifestaciones sociales, culturales y espirituales. Sin verificar sus fuentes ni sus propósitos, vistas impactantes de los muertos abandonados en las calles se presentan sacados de contexto, con un sentido de espectacularización grotesca del hecho, del lugar, de las institucionalidades y de la vida. Y estas son las notas que cunden en el imaginario del miedo fatalista.

Cuando el espectáculo se mueve en el mundo de las emociones y las voluntades se agobian en el temor de la muerte por sobre la ilusión de la vida, dicen que la mirada de otras realidades extremas, que advierten que podría replicarse en las realidades de uno, termina operando como un mecanismo de disciplina que conduce a conductas de responsabilidad obligatoria.

Este procedimiento vendría a constituir un mecanismo de *condicionamiento aversivo operante*, descrito por Skinner que utiliza el castigo como elemento correctivo de las conductas; o más exactamente un tipo de *condicionamiento encubierto* que según Thorndike utiliza imágenes reforzadoras aversivas para modelar las sensibilidades y las conductas, usando elementos

cognitivos como la simbolización, el lenguaje y la imaginación (Castillero, 2020).

El sensacionalismo se caracteriza también por la búsqueda de identidad diferenciadora, una especie de estatus mediático que conceden la primicia y la exclusividad. Observando diversos medios televisivos del continente, encontramos que siguen anunciando que las entrevistas que difunden son exclusivas y, además oficiales, como si esto fuera lo trascendente para el objetivo de salvar vidas. No se observan iniciativas colaborativas entre los medios, siguen operando en el océano de competitividad que les impone don *rating*, este señor que todo lo que toca lo convierte en dólares.

También se hace recurrente la frase “somos el medio que primero ha llegado al lugar de los hechos para informar...” y se muestran imágenes ufanándose de constituirse en primicias informativas. Claro que después en todos los canales, las mismas imágenes, nos demuestran que estamos en una realidad de sobreinformación, donde cada medio parece estar copiando lo que dicen otros, aunque sabemos que también estuvieron en el lugar de los hechos.

Fake news

Reflexión especial en la definición de las condiciones de la comunicación merece el papel de las redes sociales donde a decir de Zegada y Guardia (2018, p.24) *“el uso de las redes sociales va configurando una nueva forma de colectividad que no necesariamente proviene de un vínculo físico directo, sino de la interacción de múltiples modos que, en interacción permanente, van generando no solo nuevas formas de actuar, construir mensajes colectivos y así afectar mutuamente las percepciones, sino también van creando un efecto mucho más potente denominado por Rheingold como las ‘multitudes inteligentes’, que no son una mera sumatoria de adhesiones o participaciones sino nuevas formas de ser, de poder social, de sintonía cuyos resultados pueden ser inesperados”*.

Esta definición tiene muchas aristas que superan de lejos la tentación de comprender

las redes sociales solamente en el ámbito de su actualidad tecnológica, de sus posibilidades de hiperconexión sin centros definidos y de procesos donde quien tiene acceso a un dispositivo puede operar como emisor y no solo como receptor. Las redes sociales generan formas de actuar, construyen colectividades, inciden en las percepciones individuales y colectivas, (re) mueven emociones, y en sus interacciones forjan formas de ser con resultados no solamente buscados sino también inesperados. En pocas palabras, las redes sociales son nuevas formas de estar, habitando los espacios virtuales que se han convertido en factores de opinión, a veces con un sentido positivo de construcción social, y en otros degradando constituciones socioculturales. Lo llamativo es que, en el balance, pesan más los factores negativos, especialmente en situaciones de crisis.

En tiempos del coronavirus, las redes han sido ganadas por mensajes que operan con múltiples sentidos, desde los positivos que sirven como vínculos en el aislamiento de la cuarentena, o como espacios de información en tiempo real, o como momentos de catarsis y lugares de socialización. También los intercambios socializadores de publicaciones, música, videos han ganado en intensidad, así como espacios aún más intimistas como los intercambios de recetas de cocina, ejercicios, rutinas familiares y otros.

Sin embargo, y como ocurre ya en la cotidianidad permanente de la vida cotidiana, las redes sociales son espacios de circulación de memes y mensajes falsos. En situaciones de crisis como la pandemia de Covid-19, algunos memes y mensajes de las redes, por lo general amparadas en la posibilidad que les da el anonimato, se valen de su capacidad emotiva para actuar con saña en espacios ganados por la vulnerabilidad que se prestan a recibir como válidas, noticias que la población necesita escuchar, o ver, para encontrar salidas a la situación de incertidumbre en la que se encuentra.

Las *fake news* se valen de estos estados de ánimo para jugar con crueldad con la gente, aparecen, dañan, se las desmienten a veces, pero

permanecen para seguir haciendo daño y reproduciéndose sin control alguno. No es fácil distinguirlas como ciertas o falsas, pese a que tienen como característica que desestabilizan el ambiente con una fuerte carga emocional que provoca alarma, o se adhiere a la ilusión de encontrar salidas a la pandemia.

Hay varios ejemplos de noticias falsas, por ejemplo, en el mundo ilusorio: que el ajo cura el coronavirus, o que untarse con ajonjolí en la piel reduce el riesgo, o que respirar humo bloquea el virus, o que hay que tener la boca y garganta siempre húmedas. En el plano estético y de higiene se ha afirmado que hay que afeitarse la barba porque concentra virus, o que se debe andar con alguna prenda de plata porque es una muralla contra el virus. También hay *fakes* xenofóbicos, por ejemplo, que el coronavirus no nos afecta porque no vivimos en la China, o que el Covid-19 llega en paquetes desde Asia. Estos son solo ejemplos de los ámbitos en los que se presentan, además de inundar permanentemente con noticias sobre anuncios de medidas inexistentes, que incorporan en rumores elementos de temas que están en el sentido común y en la preocupación de los ciudadanos. Tiene razón Han (2020) cuando afirma que en la época de las *fake news* surge una apatía hacia la realidad, y causa conmoción.

Estas son condiciones de comunicación que llevan a pensar en la necesidad de la regulación de las redes libradas a la libertad de expresión sin apego a los códigos del derecho a la información y a la comunicación, o de reencauzar sus alcances cultivando modalidades de lectura crítica que enseñen cómo identificarlas, cómo leerlas, cómo controlar su difusión, y cómo procesarlas en la vida cotidiana.

(Des)información que contamina

Los medios tradicionales, sin querer queriendo, en su afán por mantener a la población informada y alerta, están sobresaturando el ambiente de información. Ocurre un proceso de sobreinformación que tiene como una de sus características la producción y circulación

de una vorágine de notas, no siempre conectadas, que se repiten o saltan de un lugar a otro, sin necesariamente mantener secuencia y continuidad. Peligrosamente, algunas notas informativas, que por norma en situación de crisis deben basarse en fuentes oficiales, están acudiendo a las notas que circulan en las redes sociales, muchas veces sin fuente comprobada, para convertirlas en noticia, con lo que además se entranpan en el mundo de las emociones y no logran el paso con criticidad a la racionalización de los acontecimientos, es decir, a la activación de los sentimientos y pensamientos.

La sobreinformación adosada de análisis por parte de opinólogos, quienes arriesgan criterios basados en aprendizajes sobre la marcha, como cuando un politólogo se pone a hablar de temas de salud, no siempre son contribuyentes de la búsqueda de salidas a la situación de incertidumbre. Lo que provocan, en un sentido contrario, es que sustentan la conversión mediática de la sobreinformación en ansiedades y, también, en agotamiento, y hasta en descreimiento de los programas informativos y de análisis, que tienden a hacerse repetitivos entre uno y otro medio. Este es el tiempo fundamentalmente de la voz de los especialistas del campo médico, quienes hablan con certeza sobre lo que es la pandemia, sobre sus efectos y sus modos de resistirla.

Distanciamiento y aislamiento social

Se dice que el aislamiento como medida de cuidado data del Pentateuco, según el Antiguo Testamento 1400 años antes de Cristo, y que era aplicable a los enfermos con lepra, los que eran separados, y cercados, para evitar la propagación de la enfermedad. Como es sabido, esta forma de aislamiento suponía la discriminación de los enfermos, condenados a su compartida muerte en vida lejos de todo contacto con el resto de la población sana.

En la Venecia del siglo XIV, el aislamiento de personas y bienes sospechosos de portar la peste bubónica, se convirtió en la mejor fór-

mula para impedir la expansión de la pandemia. Entonces, el aislamiento duró cuarenta días, dando origen al generalizado concepto de la cuarentena. A partir de entonces, su aplicación, no importando que dure menos o más días, ha sido frecuente en distintas pandemias. La fórmula se hizo universal, añadiéndole elementos propios del transcurso de los procesos históricos y de la magnitud destructora de cada una de las sucesivas pandemias.

Hoy por hoy con Covid-19 la cuarentena, que en realidad dura más que los originales cuarenta días, recoge la herencia tanto del nombre como del sentido de aislamiento. Como el coronavirus arrecia en el mundo entero, sin fronteras, la cuarentena ya no es la medida válida tan solo para el aislamiento de los ya afectados, como en el caso de la lepra, sino también para los portadores y para los potenciales afectados, que resultamos siendo todos los habitantes del planeta, sin distinción alguna. De este modo, la cuarentena se recupera convertida en una estrategia de resistencia, de contención y de proyección.

Covid-19 llega en la era de la información y la comunicación, en un momento en el que las agujas y los hilos de los medios y de las redes bordan los centros, los bordes, los rebases, los adentros, las latitudes, las longitudes y los polos del mundo, en una especie de tejido de filigrana, sin dejar prácticamente resquicio alguno librado a la posibilidad de la desconexión. Por el contrario, este es un mundo de infinitas conexiones que se expanden en múltiples direcciones sin tener un centro definido.

Es en este contexto de un mundo hiperconectado, transterritorializado y desmaterializado, que llega el coronavirus obligándonos al distanciamiento y al aislamiento como una paradójica forma de interrelación.

En realidad, esta experiencia llega a un terreno abonado, porque internet y los celulares ya se habían encargado de individualizar las comunicaciones y de minimizar los discursos, pero ciertamente en una soledad colectiva, cargada de ruido material y virtual, con una suma de

gente y más gente, gente y vehículos, gente y tiempos sin pausa, especialmente en la dinámica vertiginosa de la vida en las ciudades que concentran ya al ochenta por ciento de la población del planeta.

Este aislamiento fue el contribuyente mayor para la individualización de las personalidades, para desde allí, de una conexión personalizada con las computadoras y los celulares, ir al encuentro con otras individualidades en las redes sociales, espacios que no construyen comunidad, sino básicamente una sumatoria de individualidades, en procesos de casi comunicación y casi participación, que se ha definido previamente como *“la presencia multivariada que las personas logran mediante su interconectividad a sistemas virtuales de comunicación, donde producen y reproducen selectivamente información múltiple e instantánea, sin el compromiso de correspondencias con sus interlocutores”*. Contreras (2017, p. 34).

Entonces, las condiciones de relacionamiento sujetas al distanciamiento y al aislamiento social tienen dos dimensiones: Por una parte, el aislamiento dejado al azar de la soledad podría terminar fortaleciendo los individualismos con sus egoísmos; y por otra, el aislamiento dedicado al tejido de solidaridades fortalecería el sentido de comunidad y el compromiso común para vencer a la pandemia y encarar procesos de resiliencia social.

Codo con codo

Lo cierto es que las sociedades en cuarentena se obligan a formas de relación a distancia. La llegada del coronavirus ha cambiado las formas cotidianas de expresar los afectos. El apretón de manos y el abrazo, símbolos culturales universales de los encuentros, han tenido que ser puestos en cuarentena porque este maligno intruso, Covid-19, ha decidido que las cercanías son su manera intimista de meterse en las vidas para transformarlas en muertes.

Covid-19 ha obligado a guardar distancia, pero

no ha podido condenar las sociedades al silencio y a la distancia sin presencia, porque aprenden a reinventar sus modos de socialización y de encuentro. En algunos países el llamado distanciamiento social tiene un metro y en otros dos de un espacio que es garantía de vida y de complicidades, con formas de comunicación menos ajenas que las experiencias de estrujamiento cotidiano en las calles y avenidas con vecinos al paso, siempre al paso.

Las formas de expresión de los afectos están cambiando. Las conversaciones en voz alta con los vecinos inidentificables de un metro atrás o adelante, son diálogos de complicidades que necesitan ser expresadas para seguir caminando una vida que no tiene dibujado su rostro de mañana. El coronavirus ha obligado a guardar distancia, pero no nos ha condenado al silencio. Las miradas, las señales corporales y de las manos han ganado una gran eficacia señalética y comunicativa.

Hablar de signos, significados y significaciones haciendo referencia a un antes y un ahora, parece simbolizar una eternidad de tiempo pasado distante, cuando en realidad ese ayer es tan cercano como la arremetida del coro-

navirus con el que pareciera que estuviéramos conviviendo décadas interminables.

Será por eso, que ese ayer no necesariamente provoca nostalgia, sino que invita a desarrollar hoy otras formas de expresión de fraternidad con cercanía en la distancia, disfrutando de la contundencia del encuentro con signos y señales que han ganado en nuevas resignificaciones y reconstrucciones de sentidos de vida compartida en la distancia.

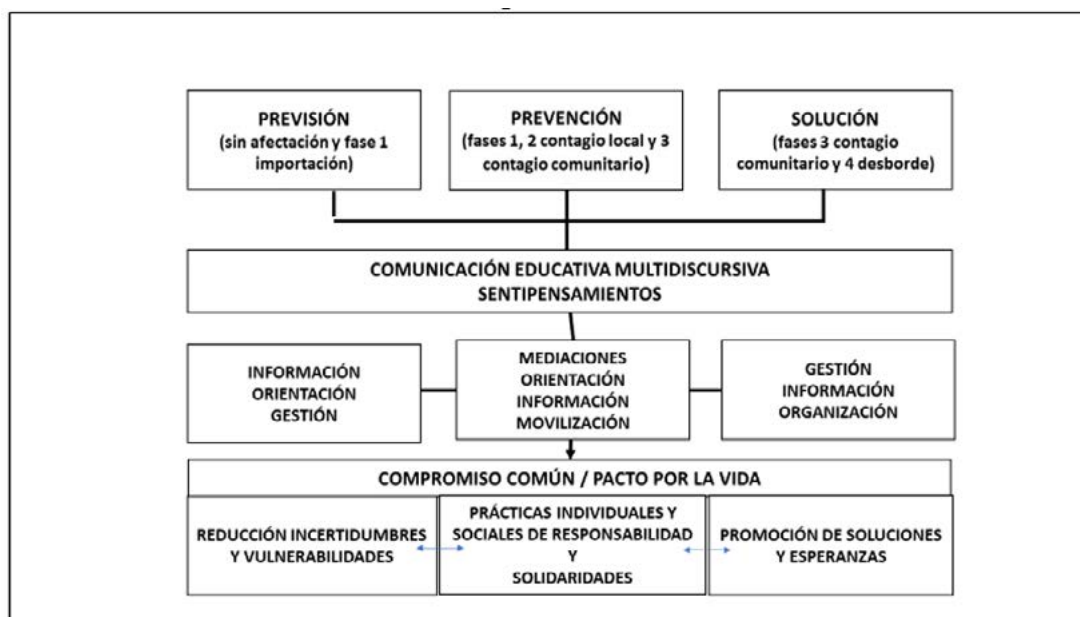
Acaso la forma más generalizada en estos días sea el saludo codo con codo, que es apretón de manos y abrazo juntos, es manifestación de afectos por lo vivido y por lo que se tiene que seguir viviendo, y es también construcción discursiva, o una expresión de significados compartidos.

Más que un signo, codo con codo es la forma contemporánea de la comunicación, la organización y la movilización individual y colectiva en la lucha universal contra la pandemia, contra el aislamiento en soledad y contra la información que desinforma.

Otra forma de relación que se afectó con la primacía, cuando no monopolio de las relaciones

Gráfico 2

Estructura de los procesos de comunicación



Elaboración del autor

comerciales, son las relaciones internacionales. Existe un déficit sentido para las acciones comunes entre países en favor de la vida. Existe un problema geopolítico que tiene que ser subsanado. Dice Juan Carlos Monedero que un país solo no puede dar respuesta a la crisis porque es demasiado pequeño para ello, pero que a la vez es demasiado grande para atender las demandas puntuales de su ciudadanía.

Las relaciones internacionales con sus esquemas de integración tienen que ser repuestos con paradigmas integrales y multidimensionales que privilegien la vida. Y las estructuras nacionales tienen que descentralizarse en autonomías viables.

Procesos de comunicación en tiempos de Covid-19

La gestión de la comunicación en tiempos del coronavirus requiere organizar dimensiones para una lectura adecuada de la realidad cambiante. También, demanda desarrollar procesos de planificación sistemáticos y rigurosos, que permitan organizar las acciones en función de propósitos bien definidos para el recorrido educativo de las construcciones discursivas. Y en estrecha relación con estos factores, la comunicación gubernamental tiene que caracterizarse por su transparencia, no solo en el sentido de la rendición de cuentas, sino especialmente en el sentido de la constitución de niveles de confianza interactuando con las sociedades (Contreras (2020)).

El gráfico 2 organiza los procesos de comunicación en tiempos del coronavirus:

Las fases comunicacionales y de políticas públicas tienen, por su parte, cada una sus propias realizaciones. Para su efectividad, el sentido comunicacional es esencialmente educativo, centrado en la construcción individual y colectiva de aprendizajes trascendentes, acudiendo para ello a propuestas multidiscursivas y multimediáticas, que se conectan con los sentimientos ciudadanos; es decir sus sentimientos y sus razonamientos al mismo tiempo.

En la fase de previsión, los esfuerzos comunicacionales están dirigidos a reducir las incertidumbres y vulnerabilidades que consisten en estados de miedo, de alta inseguridad, ansiedad y a veces de pánico. Una buena y oportuna información, así como orientación adecuada con una gestión centralizada en los gobiernos, es la estructura que garantiza su realización.

La fase de prevención, que da respuesta a la fase de transmisión local de la pandemia y la posibilidad de su paso a la fase de transmisión comunitaria, tiene comunicacionalmente la finalidad de que las personas, individualmente, en familia, y en sociedad, asuman con alta responsabilidad las medidas de higiene, distancia social y aislamiento en cuarentena, para contener la expansión del virus.

Esto implica trabajar, en mediaciones con los sentimientos de las personas y sus situaciones de comunicación, básicamente desarrollando en la vida familiar la responsabilidad individual y social en el cumplimiento de las medidas, así como la manifestación de expresiones de solidaridad que contribuyan a la contención de la pandemia, asumiendo que, si no se logra este resultado, el paso a la siguiente fase de contagio podría tener consecuencias calamitosas.

En los tiempos del coronavirus, esta fase se convierte en decisiva para el cumplimiento del objetivo de contener la pandemia, con un rol fundamental de la comunicación, especialmente porque las medidas tienen carácter y contenido sociocultural.

Finalmente, la fase comunicacional y de políticas públicas de la solución, que se relaciona con la fase de transmisión comunitaria y desborde de la pandemia, busca la promoción de soluciones y esperanzas, con niveles de confianza individual y colectiva en la gestión que realizan los gobiernos. La acción comunicacional se complejiza en una realidad que se altera con situaciones como las que hemos observado de hospitales desbordados, profesionales trabajando sin las mínimas condiciones de bioseguridad, o muertos en las calles esperando ser

enterrados o cremados.

En esta situación, los aportes de la comunicación están fuertemente supeditados a las condiciones de salud y respuestas médicas a la pandemia, tanto como de las decisiones políticas. La experiencia de los países donde se ha pasado a este nivel, muestra que la comunicación se desborda del mismo modo que la pandemia, moviéndose en oscilantes fronteras con el sensacionalismo si no se saben manejar adecuadamente, por ejemplo, las vistas impactantes y las noticias alarmantes y desoladoras.

En estas condiciones, los sentimientos de vulnerabilidad vuelven a activarse, con mayor profundidad, por la vivencia directa o cercana del daño. Aun en esas condiciones extremas, la comunicación es la llamada a construir esperanzas.

La articulación de las distintas fases, con sus procedimientos y resultados particulares, contribuyen, en su conjunto y de manera interrelacionada, a un objetivo comunicacional mayor, que es la construcción de sentidos para que la ciudadanía en su condición de individuo y de sociedad, asuma compromisos comunes para una causa global que depende de la entrega de todos. La construcción de un pacto por la vida, es el objetivo central que le compete a la comunicación.

Referencias bibliográficas

- Arias, G. (15 de marzo 2020) La comunicación en tiempos de crisis. En INFOBAE. Disponible en: <https://www.infobae.com/opinion/2020/03/15/coronavirus-la-comunicacion-en-tiempos-de-crisis/>
- Barrera Méndez, Juan Antonio. *El miedo colectivo: el paso de la experiencia individual a la experiencia colectiva*. México DF: El Cotidiano N° 159, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, enero-febrero 2010
- Canal Abierto, Entrevista a Jaime Breilh: Está servida la mesa para el coronavirus (Canal Abierto, 7 de abril de 2020) ¿URL? Ojo: Seguir normas APA
- Han, B. (21 de marzo de 2020) *La emergencia viral y el mundo de mañana*. Byung-Chul Han, el filósofo surcoreano que piensa desde Berlín. Madrid: El País. Disponible: <https://elpais.com/ideas/2020-03-21/la-emergencia-viral-y-el-mundo-de-manana-byung-chul-han-el-filosofo-surcoreano-que-piensa-desde-berlin.html>
- Canal Abierto (7 de abril de 2020) *Entrevista a Jaime Breilh; Está servida la mesa para el coronavirus*. Disponible: <https://canalabierto.com.ar/2020/04/07/jaime-breilh-epidemiologo-esta-servida-la-mesa-para-el-virus/>
- Castillero, O. (13 de abril de 2020) *Condicionamiento encubierto: qué es, cuáles son sus fases, y técnicas*. <https://psicologiaymente.com/psicologia/condicionamiento-encubierto>.
- Contreras, A. (2020). *Quitarnos los miedos. Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, 2020
- Contreras, A. (2020) *La vida después del coronavirus*. Quito: Signis ALC
- Contreras, A. (2020) *La comunicación en tiempos del coronavirus*. Latinoamérica: Mediaciones N° 23, 17 de marzo de 2020
- Contreras, A. (2017) *Jiwasá. Comunicación participativa para la convivencia*. Quito: C3, FES Comunicación.
- Harari, Y. (6 de abril de 2020) *Estamos presenciando experimentos en millones de personas*, Madrid: EFE. Disponible: <https://www.eltiempo.com/mundo/mas-regiones/entrevista-a-yuval-noah-harari-sobre-el-coronavirus-481844>
- López-Casares, H. (marzo3, 2020) Coronavirus: ¿crisis sanitaria o crisis de comunicación. Disponible: The Conversation, <https://theconversation.com/coronavirus-crisis-sanitaria-o-crisis-de-comunicacion-132897>
- Morin, E. (1999). *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro*. París: UNESCO
- Morin, E. (1996) *Epistemología de la complejidad*. Barcelona: Paidós
- Pita, E. (6 de abril de 2020) Gilles Lipovetsky, filósofo: “Los medios deberían reducir la dimensión emocional de la información del coronavirus: genera pánico”. Disponible: <https://www.expansion.com/fueradeserie/personajes/2020/04/06/5e81c54de5fdea1c1a8b45a6.html>
- Zegada, M. y Guardia, M (2018). *La vida política del meme. Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica*. Cochabamba y La Paz: CERES, Universidad Católica Boliviana, Plural

*Adalid Contreras Baspineiro

Sociólogo, comunicólogo e internacionalista boliviano. Ex Secretario General de la Comunidad Andina. Ha sido Secretario Ejecutivo de la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (ahora SIGNIS ALC) y de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER (ahora Asociación Latinoamericana de Comunicación Popular). Autor de más de treinta libros y un centenar de ensayos académicos.