

Comunicación, pandemia y crisis: (Des) información y la tensión entre la política y la salud pública

Las reflexiones de Silvio Waisbord

- Sin confianza en gobiernos, salud pública y sistemas de comunicación, es difícil entrever soluciones efectivas y durables a la pandemia.
- Debido a que éste es un problema común, a nivel nacional, regional y global, demanda consensos básicos, lo cual requiere niveles importantes de confianza en las instituciones e información clara en sintonía con expectativas/necesidades ciudadanas.
- Si no existe un consenso básico de cómo enfrentamos la pandemia, resulta en lo que ya estamos viendo en América Latina, rebotan desconfianza, cinismo, identidades sectoriales (partidarias/ideológicas/religiosas) que hacen imposible la aplicación efectiva de políticas razonables, basada en evidencia, y que atiendan a diversas situaciones.

A partir de lo anterior, Waisbord abordó el contexto de la pandemia a nivel político e informativo, partiendo del hecho de que la pandemia es un fenómeno global y por ello hay tendencias comunes, pero hay una enorme diversidad a nivel del impacto, de los efectos, de las acciones y de las respuestas a nivel regional, con diferentes estrategias y resultados. Si bien es un fenómeno global, existen experiencias diferentes de la pandemia. Esto es, la pandemia es “global, errática, y desigual”, apenas estamos entendiendo cómo se comporta, por ello es errática, y es desigual no solo porque las respuestas han sido desiguales sino porque afecta a diferentes poblaciones desproporcionadamente como el caso de América Latina, debido al débil sistema sanitario y la desigualdad social.

En el contexto político, la respuesta ha sido más a nivel nacional que global. Cada gobierno en América Latina ha tomado diferentes posiciones y reacciones frente a la pandemia, dentro de un contexto de diferentes niveles de confianza en gobiernos, lo cual hace que la respuesta sea diferente y por lo tanto las responsabilidades y desafíos que tiene el periodismo y la comunicación son diferentes, debido a que tienen que estar en sintonía con la respuesta, los recursos y las políticas de cada gobierno para enfrentar la pandemia.

En cuanto al contexto informativo, la pandemia ha tomado al periodismo en un momento sin precedentes de precariedad laboral, cierres y reducción de personal en redacciones, dificultades de acceso a la información, persecución a periodistas. A esto se le suma que ha habido un incremento en el consumo de información y subsecuente fatiga y saturación de información + “news avoidance”. Al mismo tiempo se ve que la confianza en la prensa, en el periodismo y en los medios sociales está dividida. Por último, el periodismo ha cubierto la pandemia sin un modelo o una guía clara para la cobertura, lo que muchas veces ha generado problemas de acceso a fuentes y sitios de información.

Así mismo, Waisbord considera que no hay soluciones fáciles frente a la “infodemia” (desinformación, teorías conspirativas, información falsa), por ello asume que se debe chequear muy bien la información para evitar problemas de amplificar y visibilizar mentiras e información no confirmada. También es importante entender los flujos y responsabilidades de la desinformación y por último las creencias y confianza sobre información científica que varían según temas y países.

Para finalizar, afirmó que estamos en una gran incertidumbre ya que lo que estamos viviendo ahora rara vez lo vemos y es cómo se hace ciencia y cómo se toman decisiones de salud pública: “sobre la marcha”. Ahora estos son temas de interés y de dominio público, lo cual genera incertidumbre sobre la pandemia – certezas, modelos, datos, calidad, disputas científicas, límites de generalizaciones- y al final la falta de consenso científico genera especulaciones sin evidencia y falsa información, a pesar de los buenos intentos por hacer información rigurosa que este ceñida a los datos y no a especulaciones. Este es uno de los desafíos más importantes que se afrontan en la actualidad.

¿Cómo generar, desde UNICEF, información de interés periodístico en un contexto polarizado?

Recomendaciones de Gema Espinoza

La información alrededor de la pandemia no ha sido divulgada a través de fuentes oficiales como en otros países, ha habido un contexto de desconocimiento por parte de la población sobre información relacionada con la pandemia, debido a que se ha politizado. En este contexto tan complicado, la oficina de UNICEF Nicaragua ha podido llegar a las audiencias con información verificada, que combata la falta de información y las noticias falsas.

El desafío está en cómo los medios de comunicación pueden continuar con ese rol pero adaptándose a las nuevas plataformas, a una nueva forma de hacer periodismo y comunicación para el desarrollo, replanteando la forma de transmitir los mensajes. En ese sentido, la oficina de UNICEF Nicaragua busca aportar en la clarificación de muchos datos falsos que hay alrededor de la pandemia, creando plataformas que guíen a la población a información verificada, a adoptar nuevos hábitos para combatir la pandemia y para ellos se plantearon 3 ejes, debido a que la forma de hacer comunicación ha cambiado:

- Convertir las plataformas de UNICEF en un broadcast.
- Aportar a la formación de periodistas y
- Creación de información con valor noticioso.

Hoy UNICEF publica en sus plataformas, donde tienen una comunidad creada y esta información es retomada por periodistas, he ahí la importancia de que la organización cree información:

- Con alto valor noticioso e información
- Que se adapte a las necesidades del nuevo consumo de medios, de la audiencia
- Que sea interactiva, interesante
- Que mantenga el enfoque de derechos
- Que mantenga la rigurosidad en las noticias pero que de igual forma conecte con la audiencia
Esto va a ayudar a que los periodistas que no cuentan con fuentes oficiales puedan contar con una organización que les está brindando información y datos verificados.

UNICEF se ha convertido en ese referente de organización que transmite información verificada acerca de la pandemia, produce, difunde y amplifica mensajes clave en para la prevención de la transmisión de la COVID-19 con valor noticioso, convierte las guías y consejos de especialistas en contenido interactivo y con alto valor periodístico. UNICEF Nicaragua genera engagement, difunde los datos duros en nuevos formatos, presenta información basada

en evidencia y de forma neutral, acercando la problemática de la niñez a la agenda mediática alrededor del COVID-19.

Dieta informativa y coberturas periodísticas en tiempos de pandemia

Las preguntas de Dariela Sosa

- ¿Qué medios consumo?
- ¿A quiénes sigo en redes sociales?
- ¿Quién permito que envíe información a mi Whatsapp?
- ¿Caigo en burbujas de filtro?

El reto, a partir de las repuestas que hayamos obtenido, es hacer un trabajo de diseño consciente y nutritivo del propio consumo de noticias para hacer un buen ejercicio periodístico, a partir de una cobertura integral y útil para las comunidades que servimos. Por ello, para dar seguimiento a la información de la pandemia es necesario:

- Una preparación ágil para el manejo de datos en un campo nuevo.
- Una verificación con expertos de datos científicos.
- Usar un enfoque constructivo.
- Mantener una escucha activa y relación directa con la audiencia.
- Identificar los temas sub-representados, esto es, tener en cuenta las historias que no se están contando.
- Proporcionar información disponible en muchos idiomas y
- Propiciar colaboración transnacional.^[1]

Para finalizar Sosa invita a los periodistas a buscar generar impactos positivos en la comunicación que hagamos, aportando al debate público sobre la pandemia desde un enfoque de periodismo de soluciones.