

# Metaevento. Medios, redes y ciudadanos en la pandemia

## *Metaevent: Media, networks and citizens in the pandemic*

■ RAÚL TREJO DELARBRE<sup>a</sup>

Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones. Coyoacan – Distrito Federal, México

### RESUMEN

La pandemia es planetaria. No tiene una fecha precisa de inicio, ni tendrá una fecha de conclusión. No es un acontecimiento sino un metaevento. La realidad del metaevento se nos impone y propicia un sinnúmero de informaciones que transitan por todo el ecosistema comunicacional. En este artículo se discuten rasgos del metaevento, así como sus consecuencias en la cobertura periodística de los medios profesionales, en su intensa y contradictoria propagación en redes sociodigitales y en las apropiaciones que las personas hacemos de esa información de la cual somos destinatarios, pero también protagonistas.

**Palabras-chave:** Metaevento, pandemia y medios, ecosistema comunicacional, COVID-19

### ABSTRACT

The pandemic is planetary. It does not have a precise start date, nor will it have an end date. It is not an event but a metaevent. The reality of the metaevent imposes itself on us and provides countless information that travels through the entire communication ecosystem. This article discusses features of the metaevent, as well as its consequences in the journalistic coverage of professional media, in its intense and contradictory propagation in the social media and in the appropriations that people make of that information of which we are recipients, but also protagonists.

**Keywords:** Metaevent, pandemic and media, communicational ecosystem, COVID-19

<sup>a</sup> Doctor en sociología, investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (Unam). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1240-353>. E-mail: [trejoraul@gmail.com](mailto:trejoraul@gmail.com)

**T**ODAS LAS NOCHES, durante meses, me asomé a los datos de la pandemia. Los nuevos casos de infecciones, la suma de los fallecidos, las camas de hospital disponibles y las que ya no alcanzaban fueron parte de la información cotidiana que visitaba en línea. Esa era mi manera de apreciar el bosque en llamas que suscitó el SARS-CoV2. Algunos de sus árboles, los más cercanos, los miraba en las noticias de amigos que eran víctimas de la enfermedad, en las vicisitudes de familiares cercanos que en la fase más difícil de la epidemia sufrían por la escasez de tanques y concentradores de oxígeno, en la incertidumbre ante la epidemia que desbordaba todas las previsiones y se prolongó mucho más de lo que inicialmente imaginamos. Igual que aquellas cifras de víctimas e infraestructura sanitaria, las imágenes de la pandemia cambiaban y azoraban de maneras distintas cada día. Las redes sociodigitales traían versiones remotas, pero que nos resultaban próximas porque se emparentaban con nuestra propia cotidianidad, de personas que sufrían y de otras que expresaban su esperanza.

Cada día, las escenas de la pandemia que se han reemplazado unas a otras son fragmentos de una misma historia –el relato poliédrico e inasible de esta calamidad global– y son a su vez episodios que tienen valor específico. La pandemia es una colección desmesurada e inaprensible de acontecimientos. No es solamente un hecho histórico, sino la catástrofe de consecuencias extendidas espacial y temporalmente que acota a una época. La pandemia no está delimitada a un territorio ni a una región, es planetaria. La pandemia además no tiene una fecha precisa de inicio, ni tendrá una fecha de conclusión. La pandemia no es un acontecimiento sino un metaevento.

### **UNA CATÁSTROFE QUE NO ESTÁ ANCLADA A UNA FECHA CONCRETA**

Un hecho histórico tiene plazos y alcances precisos, aunque muchos de ellos sólo se pueden aquilatar con la distancia que da al tiempo. El asesinato de John F. Kennedy en Dallas en noviembre de 1963, la llegada de dos astronautas a la Luna en julio de 1969 o la destrucción de las Torres Gemelas en septiembre de 2001 fueron hechos tan impactantes que quienes vivíamos en esos años recordamos qué estábamos haciendo cuando ocurrieron. Para los historiadores, el hecho histórico “es aquel acontecimiento que cobra significación dentro de un todo, para lo cual requiere no sólo ser conocido, sino también ser trascendente y estar ubicado en un marco de referencias” (De la Garza, 1991, p. 40). Es decir, el hecho histórico, para serlo, requiere contexto que permita situarlo y distancia para aquilatarlo. Desde el punto de vista de la sociología los hechos sociales, como

estableció la bien conocida definición de Durkheim (1895/1986), “consisten en modos de actuar, de pensar y de sentir, exteriores al individuo, y están dotados de un poder de coacción en virtud del cual se imponen sobre él” (p. 41). De acuerdo con esa perspectiva el hecho social acota a la persona, tiene un carácter coercitivo o inevitable y no depende de la subjetividad del individuo.

En cambio la pandemia la experimentamos como un hecho definitorio, que desordena y modifica muchas cosas, independientemente de la intensidad que sus efectos hayan tenido para cada uno de nosotros. Sabemos desde ahora que reviste implicaciones históricas, tanto en nuestras biografías personales como en la evolución de nuestras sociedades. La pandemia nos impone consecuencias de carácter compulsivo y objetivo pero además sus efectos los apreciamos, o padecemos, de acuerdo con nuestras circunstancias y subjetividades.

La pandemia no sólo se prolonga por meses y años sino que su temporalidad, cualquiera que llegue a ser, no está anclada a una fecha concreta. Ahora mismo, y en el futuro, cada uno de nosotros tendrá sus propias memorias de la epidemia de acuerdo con las maneras como nos haya afectado, siempre ubicadas en las consecuencias que el coronavirus habrá tenido para nuestra familia y nuestro entorno, nuestros países y nuestra época, el mundo y su historia. Igual que los hechos que la conforman, la pandemia se expande en círculos concéntricos que trascienden coordenadas cronológicas y geográficas. Es más que un hecho histórico y mucho más que un acontecimiento. A la pandemia, por ello, la denominamos metaevento.

Un metaevento solamente se puede apreciar a partir de una suma de experiencias. De la pandemia tendremos el recuerdo de nuestras zozobras y de las de aquellos que nos rodean, pero también el amplísimo bagaje de informaciones que habremos conocido acerca de ella.

La pandemia nos ha afectado a todos. Nadie se ha podido sustraer a la amenaza, al miedo, en muchos casos a la enfermedad, que trajo el virus SARS-CoV2. En términos sanitarios y económicos ha ocasionado un desastre. Nuestras sociedades, y el mundo entero, en buena medida quedaron en pausa durante los meses más difíciles; la aprensión ante nuevas oleadas de contagios se mantendrá largo tiempo.

De la pandemia en 2020 y 2021 hemos tenido información, reflejos y contrastes en los medios de comunicación convencionales y, de manera constante, también en las redes sociodigitales. Durante la dilatada temporada en la que muchos hemos estado confinados –y siempre y cuando contáramos con recursos económicos e infraestructura técnica para conectarnos desde nuestros hogares– vivimos la pandemia en y a través de pantallas digitales. Hemos reemplazado, aunque sea de manera parcial, nuestras prácticas de

# D

## Metaevento. Medios, redes y ciudadanos en la pandemia

trabajo, intercambio y socialización por la comunicación en la computadora, el celular y las tabletas. En ellos nos hemos encontrado con colegas y amigos, intensificamos el entretenimiento, el comercio y otras actividades en línea y, desde luego, nos hemos enterado del desarrollo de la pandemia misma. Nuestros dispositivos conectados a la Red no han sustituido –o no del todo– a los medios de comunicación convencionales, pero se han convertido en canales de interacción con toda índole de tareas y personas. Los miedos e incertidumbres que ha suscitado la pandemia los hemos replicado y expresado, pero también hemos podido atemperarlos y compartirlos, a través de nuestras redes sociodigitales.

Hemos estado ante la primera epidemia difundida de manera intensa por redes de Internet, a la vez que en los medios de comunicación tradicionales. De otras epidemias, como la de influenza que padecemos en 2009, se habló mucho en línea pero las redes digitales no tenían la cobertura ni la presencia pública que alcanzan una década más tarde. Para el historiador John Keane (2020) la omnipresencia de medios y redes diferencia a esta pandemia

de, digamos, las gripes rusa y española, de las que se informaba y que se publicitaban por medio del vehículo lento de los mensajes de telégrafo, los barcos de vapor y los periódicos. Nuestra pandemia, en cambio, es un acontecimiento velocísimo y global que produce miedos de enfermedad y muerte a una escala que nunca antes se había visto. (p. 11)

### **AL ACONTECIMIENTO SE LE CONSTRUYE, EL METAEVENTO SE IMPONE**

Las redes asentadas en internet ya no son un ámbito paralelo, ni complementario, al que constituyen los medios de comunicación tradicionales. Televisión, radio y prensa son emisores con prácticas de producción y mecanismos de transmisión manejados por pocas personas y que difunden mensajes hacia muchas más. Debido a esas características los denominamos *medios de comunicación concentrados*.

Los medios digitales tienen distintos grados de concentración en la producción de sus mensajes pero por lo general admiten la retroalimentación instantánea con sus audiencias y, sobre todo, difunden sus contenidos de manera reticular. Esos contenidos se propagan en un enjambre constituido por nodos que los replican de uno a otro. Por eso a la prensa digital y sobre todo a redes como Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, entre muchas otras, las denominamos *medios de comunicación descentrados*.

Unos y otros, medios concentrados y descentrados, forman parte del *ecosistema comunicacional* que acapara la circulación de mensajes de toda índole en nuestras sociedades. Se trata de un ecosistema definido por la desigualdad, la irradiación, la omnipresencia, la ubicuidad, la velocidad, la volatilidad y la convergencia, entre otros rasgos con los cuales caracterizamos hace tres lustros a internet y la sociedad de la información (Trejo Delarbre, 2006).

El acontecimiento, particularmente el acontecimiento noticioso, es propio de los medios concentrados. Esos medios recaban, verifican (o deberían hacerlo), jerarquizan y publican los contenidos noticiosos. Cada vez más las noticias circulan antes en redes sociodigitales como Twitter y de allí son tomadas por los medios convencionales. La noticia, entendida de acuerdo a los cánones del periodismo, es un “hecho o acontecimiento verdadero, inédito y actual, de interés general, que se comunica a un público masivo” (López de Suazo Algar, 1990, p. 38). Esa definición no se cumple en el caso de numerosas informaciones que se repiten, o que están lejos de ser de interés general, y que suelen ocupar amplios espacios en publicaciones digitales en busca de clicks por parte de sus lectores. La noticia, al menos de manera ideal, responde a las conocidas cinco cuestiones que plantea el periodismo: qué, quién, cuándo, cómo y por qué.

La cobertura noticiosa acerca de la pandemia se desenvuelve en un flujo constante de informaciones que van de los panoramas amplios, nacionales o globales, a las vivencias de personas concretas, en casos emblemáticos pero que son diferentes unos de otros. Con frecuencia las noticias del metaevento han señalado el qué y el cuándo, en ocasiones el quién se difumina sobre todo cuando se trata de personas cuya notoriedad se deriva del padecimiento que sufren ellas o sus allegados y el por qué se sobreentiende porque la causa es el virus.

En los medios concentrados el acontecimiento es modelado a partir de decisiones y enfoques editoriales. En su conocido libro que describe cómo se informó acerca del accidente en la planta nuclear de Three Mile Island en Estados Unidos, Eliseo Verón (1983) subrayó que al acontecimiento se le construye: “Los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad” (p. II). Los acontecimientos surgen de la realidad pero son presentados como noticia de acuerdo con el tratamiento, o los tratamientos, que les adjudican los medios. Cada medio selecciona la perspectiva desde la cual mirará y describirá tales hechos, el entorno en el que los ubicará, la manera como serán presentados a sus públicos.

**MIL NOMBRES EN UNA PRIMERA PLANA. OTRA PORTADA, EN BLANCO**

En el metaevento la capacidad de los medios para privilegiar un enfoque u otro no desaparece pero queda enmarcada, a su vez, por la contundencia del acontecimiento. Las personas ya saben que hay una epidemia. Ese tema central, que es el eje del metaevento, ya no es noticia. Lo son, en cambio, y las personas tienen un vehemente interés en ellas, las informaciones que dan cuenta de cómo se extiende la epidemia, cómo afecta a otros, qué implicaciones puede tener para ellas y sus familias, etcétera. La pandemia es el hecho esencial que sigue allí durante meses o años y los medios reportan cómo va cambiando y qué implicaciones alcanza. El protagonista del metaevento es la pandemia pero a fin de aprehenderla indagamos sus efectos en comunidades, personas y momentos específicos.

Ese acontecimiento es el mismo y, a la vez, cambia constantemente. Su propagación y las maneras como nos envuelve las conocemos y experimentamos con mayor intensidad debido a las informaciones que nos traen constantemente las redes sociodigitales. De la pandemia, en las redes, somos espectadores y víctimas, públicos y protagonistas, todo a la vez. Permanecemos saturados pero a la vez ávidos ante la incesante catarata de mensajes que recibimos acerca del metaevento. Se trata de demasiados contenidos, que nos permiten informarnos pero que a la vez nos dejan obnubilados. A menudo, en estos días de pandemia, nos confundimos en ese torbellino de informaciones y de pronto olvidamos la fuente de una noticia que nos llama la atención, o entreveramos un hecho con otro. Nos resulta difícil jerarquizar las informaciones que, mezcladas, escuchamos en la radio, miramos en Twitter, atisbamos en la prensa y recibimos y además reenviamos a otros en WhatsApp. En esa vorágine de datos, hechos y casos tenemos dificultades para determinar si esas informaciones son verdaderas.

Las noticias de la pandemia documentan y propician, y a la vez retroalimentan, nuestra ansiedad. Sabemos que estamos atiborrados de cifras, relatos y diagnósticos de la pandemia pero necesitamos más. Las circunstancias de esta crisis cambian a cada momento pero, además, consumimos noticias sobre ese tema y sus derivaciones como si la acumulación informativa nos permitiera apreciar sus descomunales dimensiones.

Los medios profesionales se esmeran para comunicarnos el tamaño y los alcances de una pandemia que rebasó a gobiernos, instituciones y sociedades. El 24 de mayo de 2020, cuando los muertos por COVID-19 en Estados Unidos estaban por llegar a 100 mil, *The New York Times* (NYT) ocupó toda su primera plana con los nombres de un millar de esas víctimas. No había imágenes, sino una sucesión de nombres y apellidos acompañados de una frase alusiva a la persona fallecida. Por ejemplo:

Floy Cardoz, 59, Montclair, N.J., chef indio de delicada cocina. Kious Kelly, 48, Ciudad de Nueva York, enfermera en la batalla contra el Covid. Romi Cohn, 91, Ciudad de Nueva York, salvó a 56 familias judías de la Gestapo. Kenneth R. Going, 87, Grafton, Wis., tuvo boletos para la temporada de los Green Bay Packers durante 50 años. . .

Con referencias como esas, aquella primera plana del *NYT* publicó los nombres apenas del uno por ciento de las 100 mil víctimas que, para esas fechas, alcanzaba el coronavirus en ese país. Fue una manera directa y sencilla para dar dimensión humana a una tragedia que, más allá de los números, implica nombres, apellidos, biografías (Grippe, 2020).

Un recurso inverso al anterior fue el que utilizó *Folha de S.Paulo* el 20 de junio de 2021 cuando, según las cifras oficiales, en Brasil se registraba medio millón de fallecidos por la pandemia. El diario publicó su portada en blanco, con una leyenda en la parte inferior que decía:

#### **¿HASTA CUÁNDO VAMOS A MORIR?**

SI UNA PORTADA VACÍA CAUSA INCOMODIDAD, IMAGINEN EL  
DOLOR QUE CAUSA EL VACÍO EN LAS FAMILIAS DE LOS 500 MIL  
BRASILEÑOS QUE PERDIERON LA VIDA POR EL COVID-19

El metaevento es inconmensurable. Para narrarlo se pueden acumular centenares de nombres, como homenaje a la vez que para humanizar las dimensiones de la tragedia. O se puede acudir al grito silencioso de la portada en blanco. Los dos diarios que mencionamos no ofrecieron noticias en esas portadas. Los lectores ya sabían que primero en Estados Unidos, y luego en Brasil, se estaba llegando a cantidades enormes y emblemáticas de víctimas por la pandemia. Esas portadas no informaban pero sí dieron sentido a la noticia que todos conocían y subrayaron que, más allá de las ominosas cifras, lo más grave era el costo en vidas humanas de una pandemia que seguía descontrolada.

#### **UN INMENSO PUZZLE DE VERSIONES E INTERPRETACIONES**

Si los medios concentrados nos dan el panorama siempre incompleto, pero a la vez siempre cambiante de la pandemia con todo y sus novedades, en las redes sociodigitales encontramos versiones que ratifican la impresión que ya tenemos de ella. Quienes en los primeros meses de la epidemia estuvimos esperanzados en el desarrollo de la ciencia para diseñar vacunas contra el Covid-19, encontramos en Facebook centenares o millares de informaciones que

# D

coincidían con esa apreciación. Quienes, en cambio, desconfían de las vacunas y las consideran resultado de conspiraciones para manipularnos, también pudieron hallar muros de esa red que alimentan la paranoia y los infundios. En las redes sociodigitales, como mucho se ha explicado, construimos ambientes en donde retroalimentamos nuestros conocimientos, pero también nuestros prejuicios, con personas de convicciones similares a las nuestras.

Las redes sociodigitales nos envuelven con informaciones que reafirman lo que ya creemos, queremos o pensamos. Nuestras elecciones y amigos en esas redes son una suerte de filtros que nos colocamos delante de los ojos para mirar de una u otra manera a la realidad, o para disimularla. Si consideramos, apoyados en el conocimiento científico, que tras la pandemia hay destellos de esperanza y hemos buscado información de acuerdo con ese punto de vista, Facebook y otras redes nos ofrecerán contenidos de ese tono. Si lo que más nos inquieta es la tragedia, hallaremos millares de textos e imágenes coincidentes con ese ángulo de la pandemia. En la era de la información y las burbujas autorreferenciales, apreciamos al metaevento con las lentes que hemos configurado en las redes sociodigitales.

Sobre la pandemia se habrán dicho, producido, escrito o trazado millares de contenidos noticiosos. Ninguna información reúne todos los rasgos del metaevento. Cada noticia, y cada versión que conocemos, son piezas distintas de un enorme rompecabezas que cada uno de nosotros ensambla de acuerdo con la información que conoce pero, además, según sus creencias y expectativas. El metaevento es un inmenso y cambiante puzzle de hechos, versiones e interpretaciones.

### **DIEZ RASGOS DEL METAEVENTO**

En las siguientes páginas mencionamos algunas peculiaridades del metaevento y de sus implicaciones para la comunicación social y especialmente para la práctica periodística. No se trata de una enumeración exhaustiva sino de rasgos que pueden ampliarse, y complementarse con otros, conforme avance el estudio de los efectos mediáticos, y en las redes, que ha tenido la pandemia.

1) *Las noticias del metaevento se propagan y reconfiguran al transitar de un espacio a otro.* Las informaciones de la pandemia recorren todo el ecosistema comunicacional y, de un ámbito a otro, son corroboradas, ampliadas o desmentidas. Muchas de ellas surgen de medios concentrados y abiertos (televisión, prensa, radio) y de allí son recuperadas en redes sociodigitales. Pero otras informaciones y versiones más se originan en espacios semi abiertos como Facebook, Twitter



o TikTok, que requieren de una afiliación previa y a la que tienen acceso los usuarios de cada una de esas redes.

Al mismo tiempo, la pandemia y sus consecuencias se difunden por espacios privados como las redes de mensajería al estilo de WhatsApp o Telegram. En estas últimas circulan las versiones más personales, pero también las más disparatadas acerca de la epidemia. Los mensajes en ellas no siempre transitan a redes semi abiertas, o a medios abiertos, en donde las noticias falsas pueden ser identificadas y esclarecidas. En las redes de mensajería privada se propalan contenidos recuperados o producidos por usuarios que los envían a sus conocidos y amigos entre quienes, por lo general, no hay ánimo o información suficientes para corregirles errores o apreciaciones falsas.

Los medios abiertos y semi abiertos se equilibran unos a otros. La prensa puede verificar y aclarar informaciones engañosas, o imprecisas, que circulan en redes como Twitter o YouTube. Y por otra parte, tanto en la pandemia como en otras circunstancias, en las redes sociodigitales hay usuarios que corrigen errores de los medios profesionales. En el transcurso del metaevento se ha fortalecido un funcional e informal sistema de contrapesos entre medios concentrados y descentrados. Por muy absurdas que parezcan, hay personas dispuestas a creer que las antenas para 5G aumentan el riesgo de contraer Covid-19. Ante esas versiones siempre surgen especialistas que publican aclaraciones en las mismas redes sociodigitales y medios profesionales que también desmienten tales falsedades (Lee, 2020).

Las informaciones sobre la pandemia pasan de un espacio a otro, se complementan recíprocamente y a menudo se reconfiguran en ese tránsito. En tales procesos, como se insistirá más adelante, las personas eligen y toman decisiones sobre la credibilidad que confieren a cada información.

2) *Al metaevento se le observa desde emplazamientos múltiples.* Los acontecimientos noticiosos son difundidos, especialmente por los medios concentrados, con ostensibles despliegues periodísticos y técnicos. En una guerra, por ejemplo, los corresponsales son observadores directos de las batallas, en ocasiones con riesgo de sus vidas. Cuando desarrollan un estilo propio, o sus indagaciones develan asuntos muy relevantes, los periodistas pueden alcanzar tanta notoriedad que se convierten en celebridades. Robert Fisk, Ryszard Kapuscinski o Christiane Amanpour, entre tantos otros, han sido personajes mediáticos porque han comunicado conflictos bélicos con una mirada peculiar, distinta a la de otros enviados.

El metaevento, en cambio, no tiene narradores esenciales. Hay quienes en la pandemia hacen trabajos de investigación o de crónica periodísticas con muchos méritos, pero ninguna voz reemplaza al coro de copiosas expresiones

que constantemente describe algunos de sus inagotables aspectos. Al metaevento se le narra con múltiples voces, entre las cuales están las de todos nosotros.

3) *El tiempo es líquido en los relatos del metaevento.* A los acontecimientos por lo general se les describe en narraciones que van de principio a fin. Incluso las noticias de hechos que no han concluido pueden ser actualizadas, y completadas, en el periódico o el telediario del día siguiente. El metaevento en cambio, como señalamos antes, no tiene una temporalidad precisa. No comenzó en un día y una hora específicos, no habrá una fecha exacta en la que terminará.

Las narraciones del metaevento son casi todas en presente. El pasado del metaevento es demasiado reciente y el futuro está cargado de incertidumbres. Los ejes cronológicos en tales relatos, sobre todo los de carácter noticioso, se mantienen abiertos. Por eso podemos emplear la conocida fórmula de Zygmunt Bauman (2007) y reconocer el carácter líquido del tiempo en el metaevento y por lo tanto en sus narraciones. En el metaevento la realidad es volátil y el tiempo –igual que la propagación del virus– transcurre sin pausas ni treguas.

Las sociedades y las personas estamos acostumbradas a tener fechas en las que conmemoramos episodios significativos. Esas fechas (para *con-memorar*) son asideros del recuerdo y nos permiten hacer balances e interpretaciones de lo que ha sucedido. Para fijar aunque sea de manera simbólica al metaevento que es la pandemia, los medios y las instituciones establecen fechas emblemáticas: el día que se supo de la primera persona infectada en un país, o las semanas cuando la curva estadística de enfermos o fallecidos llegó a niveles determinados. Esas fechas hacen las veces de boyas en el mar: marcan espacios, o momentos, que es preciso reconocer pero son diferentes de un lugar a otro, de un país a otro.

La liquidez del tiempo en el metaevento es parte de la ausencia de certezas. Bauman escribió una gran cantidad de libros sobre la liquidez en la que se diluyen las seguridades de la modernidad, pero el que se titula *Tiempos Líquidos* (Bauman, 2007) está dedicado a las incertidumbres de la época contemporánea.

4) *El metaevento nos circunda y condiciona a la realidad.* La pandemia disloca nuestras realidades cotidianas, las pone en insoslayable pausa y ocasiona cambios que llegan a ser drásticos. Por lo general los acontecimientos relevantes, por mucho que nos conmuevan, no alteran sustancialmente nuestras vidas. La pandemia, en cambio, sí. Las noticias son parte de una realidad que experimentamos fundamentalmente como espectadores.

Los medios de comunicación, como recordamos antes, enmarcan a los acontecimientos con los formatos, criterios y agendas que utilizan y ponen en práctica. El ya citado Verón (1983) insistía: “Los medios informativos son el lugar en donde las sociedades industriales producen nuestra realidad” (p. II). En la pandemia nos encontramos ante una realidad que, antes que nada, excede

las capacidades de los medios para rehuirla o magnificarla. Por supuesto cada medio impone énfasis variados, de acuerdo con sus cánones profesionales y mercantiles. Pero la del metaevento es una realidad que los medios no producen, aunque la reproduzcan de tan diversas maneras. La imposibilidad de los medios para producir a sus anchas esa realidad se debe también a la capacidad de propagación de las redes sociodigitales.

Verón (1983) se refería a la sociedad industrial, en donde la hegemonía en el espacio público la tenían los medios de comunicación concentrados. Cuatro décadas más tarde tenemos una sociedad digital (más allá de las brechas tecnológicas que la limitan) en donde la capacidad de los medios para moldear las versiones de los acontecimientos se encuentra limitada por espacios fluidos, abiertos y envolventes como las redes sociodigitales. Esa interacción entre medios concentrados y descentrados se advierte con mayor énfasis en el metaevento.

5) *Tratamientos noticiosos cargados de subjetividad.* Uno de los valores cardinales en el periodismo –de acuerdo con una apreciación muy generalizada aunque discutible– es la objetividad. El periodismo anglosajón, y por extensión el que se ha practicado en América Latina, hizo de la objetividad una de sus divisas más importantes. La noticia, se ha insistido, hay que comunicarla de la manera más objetiva posible, sin sesgos ni intencionalidades. El periodismo objetivo se postula como el que permite que las sociedades se enteren sin matices de los acontecimientos para que, entonces, cada ciudadano defina sus opiniones ante ellos.

Por supuesto es deseable que los sesgos que imponen las preferencias y los intereses, tanto de los periodistas como de las empresas noticiosas, no desplacen ni condicionen a la información y que se den a conocer los distintos ángulos que hay en cada noticia. Pero a menudo se olvida que la objetividad absoluta no existe. Cada medio de información, o cada reportero o editor, le imponen a la noticia un tratamiento que privilegia algunos aspectos y soslaya otros.

En el metaevento se intensifica la subjetividad inherente a las noticias. Ese acontecimiento nos afecta con tanta fuerza a todos nosotros que, al relatar algunas de sus facetas, es inevitable –o casi– que los periodistas impregnen sus relatos de una carga de subjetividad. Inclusive para interesar a sus audiencias que ya tienen una apreciación subjetiva sobre el metaevento –que les afecta de muchas maneras– los medios acuden a los relatos personalizados que muestran las consecuencias de ese hecho, en este caso la pandemia, en personas concretas.

6) *En el metaevento se acentúa la confusión entre información falsa y verdadera.* Las noticias falsas siempre han existido. En los años recientes se han propalado con más velocidad en las redes sociodigitales y alcanzan verosimilitud cuando concuerdan con la idea que las personas tienen de un acontecimiento. La posverdad ha sido descrita como una expresión que “denota circunstancias en

# D

las cuales los hechos objetivos tienen menos influencia en la conformación de la opinión pública que los llamados a la emoción y las creencias personales” (Flood, 2016). Tal definición, que el Diccionario Oxford consagró cuando se comenzaba a hablar de ese término, se queda corta porque la posverdad es una plaga suscitada por el empleo desprevenido que mucha gente hace de las redes sociodigitales. La posverdad es el reemplazo de hechos objetivos por versiones falsas que adquieren credibilidad entre personas que, en redes sociodigitales, atienden a mensajes que coinciden con sus prejuicios.

En los acontecimientos unidimensionales hay hechos ciertos que se confunden con rumores y suposiciones. Por lo general los medios de comunicación concentrados, en donde trabajan periodistas profesionales, atestiguan o indagan esos hechos para aclararlos o corroborarlos. Después de que en 1969 llegaron los primeros astronautas a la Luna hubo quienes dijeron que aquel viaje espacial había sido un engaño de la NASA. En la tripulación de la Apollo 11 no viajaban periodistas pero sí los hubo en el despegue en Florida, en el Centro Espacial en Houston y en la cobertura de aquel acontecimiento. Siempre habrá personas que quieran creer que aquel alunizaje no ocurrió pero abundan los relatos científicos y sólidamente documentados de esa travesía espacial.

En el metaevento que ha sido la pandemia los medios de comunicación han tenido un desempeño fundamental, primero para dar a conocer el brote y la expansión del virus y luego, durante las oleadas de contagios, para publicar explicaciones y avisos de las autoridades, avances en la investigación científica sobre el Covid-19, el estado de la infraestructura médica y muchas de las vicisitudes en nuestras sociedades. Hemos conocido una gran cantidad de hechos reportados y legitimados por los medios. Pero junto a ellos, también se ha difundido una gran cantidad de mentiras.

Muchas personas buscan explicaciones no científicas ante la pandemia. El fanatismo, las supercherías y los deseos de creer en soluciones mágicas a una tragedia que en algunos momentos desbordó a nuestras instituciones y sociedades conduce mucha gente a propagar noticias de remedios providenciales, conspiraciones infames o de catástrofes sanitarias mayores a las que han ocurrido. Una gran cantidad de esas versiones circulan en redes como WhatsApp y, como señalamos antes, no siempre son aclaradas por las instituciones estatales o por los medios de comunicación.

Hay versiones falsas, incluso con tintes de seudociencia o en ocasiones abiertamente enfrentadas con la ciencia, que son difundidas por personajes que tienen responsabilidades públicas e institucionales. Nos referimos a gobernantes de varios países que han elogiado las capacidades curativas de

supuestos remedios para el Covid-19, o se han expresado en contra de medidas sanitarias indispensables.

Los presidentes Donald Trump en Estados Unidos, Jair Bolsonaro en Brasil y Andrés Manuel López Obrador en México, fueron algunos de los gobernantes que desorientaron a sus sociedades con un discurso que mentía en al menos tres aspectos. En primer lugar desdeñaron la gravedad de la pandemia: durante meses se negaron a reconocer que era una crisis global y que afectaría intensamente a sus países. Todavía en los momentos de más contagios, intentaban restarle importancia. En segundo término, esos y otros gobernantes promovieron el uso de medicamentos de eficacia no demostrada o incluso de remedios mágicos (Trump y Bolsonaro recomendaron sustancias que contienen cloro y López Obrador dijo que la pandemia podría enfrentarse con estampitas religiosas). En tercer lugar, se negaron a promover acciones necesarias como el empleo del cubrebocas. Milán y Treré (2020) consideran que tanto López Obrador como Bolsonaro se aprovecharon de “narrativas distorsionadas movilizadas al servicio de agendas populistas” (p. 2).

La coincidencia de esos y otros gobernantes que de manera intencional o no engañaron a sus sociedades amerita análisis más amplios que discutan, entre otras cosas, el carácter populista de tales personajes más allá de sus ideologías. Aquí lo señalamos porque actitudes como esas contribuyen a la desorientación de sociedades de por sí atemorizadas y turbadas ante la pandemia. Los medios de comunicación profesionales tienen una marcada responsabilidad para esclarecer toda clase de mentiras, incluso las que son propaladas por gobernantes.

Desde el inicio de la pandemia la Organización Mundial de la Salud (World Health Organization) reconoció que, de manera paralela a la expansión del coronavirus, se extendía una *infodemia*: una oleada de noticias falsas que dificultarían las acciones para contrarrestar la enfermedad.

Una infodemia, en pocas palabras, es una sobreabundancia de información, buena y mala. Juntos, forman un tsunami virtual de datos y consejos que dificulta que personas de todos los ámbitos encuentren mensajes claros, fuentes fidedignas y orientación confiable cuando los necesitan. Parte de ella es solamente confusa, pero otra parte de la información errónea puede ser muy dañina para la vida. Abordar una infodemia como esta constituye un desafío nuevo, pero de importancia central, para responder a todos los brotes de enfermedades. (World Health Organization, 2020, p. 1)

7) *En el metaevento se reconfiguran las habilidades de los usuarios para buscar y aceptar información.* Los públicos de los medios están agobiados por las enormes cantidades de información que, en ocasión de la pandemia, ha circulado

# D

con mayor intensidad; las noticias se repiten y con frecuencia se contradicen de una fuente a otra, nos apabullan y confunden. Sin embargo, lejos de refugiarse en la perplejidad, las audiencias de los medios concentrados, que son además usuarios de los medios descentrados, ejercen su capacidad para preferir a unas fuentes de información por encima de otras.

Una investigación coordinada por la profesora Ingrid Volkmer de la Universidad de Melbourne y apoyada por la Organización Mundial de la Salud y la empresa Wunderman Thompson (2021, p. 3) recabó las opiniones sobre hábitos de información en la pandemia de 23 mil 500 personas, de 18 a 40 años, en 24 países. Los resultados contradicen la suposición de que los jóvenes dependen fundamentalmente de las redes sociodigitales para conocer noticias. El 43.6% dijo que para informarse acerca del Covid-19 prefiere consultar periódicos nacionales, televisión o radio. El 36.2% hace búsquedas en línea y el 35.25% revisa medios de comunicación internacionales (cada entrevistado ofreció más de una respuesta). El 34.2% mira información de los medios establecidos difundida en redes sociodigitales.

Esos datos sugieren que aun cuando se encuentran conectados de manera casi permanente al ininterrumpido flujo de contenidos que ofrecen las redes sociodigitales los usuarios –específicamente los adultos jóvenes– prestan atención a los medios de comunicación profesionales para enterarse de la pandemia. Ello no significa que en el metaevento la preferencia por las redes sociodigitales haya retrocedido frente a los medios convencionales sino, simplemente, que las personas distinguen entre unas fuentes y otras y saben que en espacios como Facebook o Instagram hay contenidos de autenticidad discutible. Por eso, cuando miran información sobre el Covid-19 en redes sociodigitales, esos usuarios lo hacen en muros, cuentas o *timelines* de medios de comunicación tradicionales.

Solamente el 16% de los entrevistados dijo que, para informarse de la pandemia, acude a contenidos colocados por amigos en redes sociodigitales y apenas el 11.6% manifestó que busca contenidos difundidos por *influencers* o celebridades. Este dato es significativo porque algunas de las noticias falsas más conocidas (por ejemplo, las bobas pero muy publicitadas arengas en contra de las vacunas) han sido difundidas por personajes famosos, entre ellos cantantes o actores, que como tienen centenares de miles de seguidores pueden hacer más daño al propalar esas mentiras. Para completar el circuito de la desinformación y debido a que son publicadas por individuos de gran notoriedad, muchos medios de comunicación difunden esos mensajes aunque sea para mostrar las extravagancias de tales personajes. El estudio antes mencionado indica que, más allá de la fama que alcanzan dentro y fuera de las redes digitales, a esos

*influencers* los usuarios de las redes, por lo general, no les reconocen autoridad en asuntos relacionados con la salud o la ciencia.

Los medios de comunicación concentrados tampoco tienen una confianza absoluta. El 58.3% de los encuestados se quejó de la gran cantidad de información, que los abruma. El 51.9% manifestó que ha dejado de poner atención a las noticias sobre el Covid-19. El 59.3% –casi seis de cada diez personas– considera que los medios no les están diciendo toda la verdad (Wunderman Thompson, 2021, p. 9).

Es necesario profundizar y mantener el estudio de las audiencias –que son a su vez ciudadanos con agendas, contextos y preferencias– en la pandemia. A partir de datos como los antes citados podemos considerar que en el metaevento las personas, en amplios porcentajes, diversifican en fuentes variadas su consumo y búsqueda de noticias acerca de la epidemia, prefieren a los medios concentrados independientemente del formato o la plataforma en donde los consulten (de manera directa o en línea) pero, aún así, no invierten toda su credibilidad en tales medios.

Los ciudadanos del ecosistema mediático-digital son escépticos, obtienen su información en varias fuentes y cotejan en unas y otras. Esa actitud crítica puede significar un dique para la expansión de noticias falsas pero, también, para la credibilidad de los gobiernos y de las autoridades en materia de salud cuyas indicaciones, cuando están sustentadas en hechos científicos, son indispensables para superar la epidemia.

8. *El metaevento trastoca prácticas y jerarquías en los medios.* Los medios de comunicación relatan novedades y circunstancias. Su rutina es el sobresalto permanente. Los comunicadores, y especialmente los periodistas, viven en y para registrar noticias que no tienen horarios ni escenarios fijos. La hora del cierre, en los medios concentrados, era el horizonte cotidiano antes del cual las noticias tenían que llegar a la redacción y ser preparadas para la edición. Ese lindero ha desaparecido con las ediciones digitales que se renuevan constantemente, aunque su avidez de novedades con frecuencia es satisfecha con notas triviales o repetitivas.

Los ritmos de trabajo en las redacciones, de por sí trastornados con la intensidad de los formatos digitales, son apabullados en el metaevento. Quedó alterada la circunstancia misma de los medios y de los trabajadores de la información. Nadie puede tomar distancia de la epidemia que, de variadas maneras, nos afecta a todos. Las noticias de los contagios y sus efectos en muchos casos han sido autobiográficas, relatadas incluso en primera persona. Para dar cobertura periodística al metaevento, que por definición es inabarcable, los medios y los periodistas se esfuerzan para buscar ángulos originales y mostrar las vastas dimensiones sanitarias, económicas o políticas de la tragedia, entre

# D

otros ámbitos, sin perder de vista a las personas. Ya nos hemos referido, entre tantos otros ejemplos posibles, a las portadas de *The New York Times* y *Folha de S.Paulo*.

Durante este metaevento los medios se quedaron sin su centro de gravedad que son las redacciones. Las salas de redacción tradicionalmente han sido espacios de encuentro –e incluso conflicto– personales y profesionales de los periodistas. Allí se redactan y editan, pero a menudo también se discuten, las notas que aparecerán en el telediario de esa noche o en el periódico de la mañana siguiente. En esos medios la urgencia que siempre acicatea al trabajo periodístico y la estructura jerárquica, en donde los directores o jefes de redacción toman decisiones inapelables, impiden que haya deliberaciones amplias sobre los criterios editoriales. Por eso, entre otras cosas, se trata de medios concentrados. Sin embargo el poco o mucho intercambio que hay entre periodistas y editores ocurre en la sala de redacción.

La pandemia difuminó la centralidad de las redacciones y las reemplazó, aunque fuese de manera parcial y temporal, por el trabajo a distancia y los encuentros en plataformas digitales como Zoom. Reporteros, pero también correctores y redactores, formadores de planas, diseñadores, ingenieros de sonido y otros especialistas en cada paso de la confección del producto informativo trabajaron desde sus casas. Muchas publicaciones y medios en línea ya funcionaban con trabajo a distancia de sus reporteros y redactores, pero en este caso las grandes redacciones de los medios concentrados quedaron parcial o totalmente vacías durante semanas o meses. Están por aquilatarse las consecuencias que tendrá en el trabajo periodístico esa traslación de la centralidad de la redacción al descentramiento del trabajo periodístico en línea.

9) *El metaevento hace más vulnerables a los trabajadores de la información.* La tarea de los periodistas, especialmente de los reporteros que acuden a donde se producen los hechos para registrarlos y convertirlos en noticia publicable, con frecuencia experimenta fuertes riesgos. Gobiernos autoritarios tanto a nivel nacional como local y municipal, así como bandas de delincuentes y personajes autoritarios instalados en todo tipo de poderes fácticos, amenazan y agreden a periodistas que han publicado informaciones que les disgustan, o lo hacen para impedir que las publiquen. La desprotección de los reporteros es una de las grandes limitaciones que encuentra el ejercicio de la democracia en distintos países, entre otras zonas en América Latina.

La pandemia intensificó la vulnerabilidad de los periodistas. Además de caciques y bandoleros, ahora ha sido el virus el que ha amenazado y atacado a millares de trabajadores de la información. Muchos de ellos enferman al cubrir noticias en hospitales o en sitios en donde pescan la infección. En una encuesta



entre periodistas de varios países latinoamericanos la investigadora Lizy Navarro (2021, p. 234) encontró que, en abril de 2020, sólo el 7% de esos trabajadores de la información tenía equipos de protección contra el virus como mascarillas y anteojos. Dos meses más tarde, en junio, los periodistas que disponían de ese elemental equipo habían ascendido al 52%. Es decir, en una de las fases de más contagios en nuestros países casi la mitad de los periodistas carecía de cubrebocas.

A los bajos salarios que padecen los periodistas en casi todos los medios y países latinoamericanos, se añade la inermidad en la epidemia. Desde marzo de 2020 la organización Press Emblem Campaign (2021), con oficinas en Ginebra, Suiza, levantó un registro de periodistas fallecidos a consecuencia del Covid-19. Hasta junio de 2021 el inventario ascendía a 1521 periodistas muertos por esa enfermedad, en 77 países.

Más de la mitad de los informadores fallecidos por Covid-19 en el mundo, 803 periodistas, vivían en Latinoamérica. El país con más periodistas muertos por esa causa era India con 255, pero después se encontraban Brasil con 243, Perú con 163, México con 112 y Colombia con 67 periodistas fallecidos a causa del virus. En la mayor parte de nuestros países a los periodistas no se les reconoce como trabajadores esenciales y han carecido de protección, primero para no contagiarse y más tarde en la administración de vacunas contra el Covid-19.

10) *El metaevento requiere coberturas periodísticas multidimensionales.* La pandemia es, y de allí su nombre, global. La epidemia que creció en 2020 se expandió con más velocidad que ninguna otra en la historia porque las personas se trasladan más que nunca antes. La facilidad para viajar y las migraciones enlazan a las economías y las culturas, pero también transportan a los virus.

Al informar acerca de las dimensiones globales y nacionales de la pandemia, o de lo que ha sucedido en grandes ciudades, los medios concentrados en muchas ocasiones han descuidado el relato de sus efectos en localidades medianas y pequeñas. En los telediaris y en la prensa de México, por ejemplo, nos enteramos paso a paso del desarrollo de la epidemia en la Ciudad de México pero supimos poco de la situación en los pequeños y empobrecidos poblados de Oaxaca o Chiapas. Los medios de Colombia mostraron las secuelas del virus entre la gente que vive en Bogotá o Cali, pero se asomaron menos a Puerto Carreño, a un costado del Orinoco, o a Leticia que se encuentra en el Amazonas.

Uno de los factores que limita considerablemente la información de y para las comunidades alejadas de las grandes metrópolis es la creciente desaparición de los periódicos locales. En todo el mundo, pero sobre todo en países con menos tradición de lectura de diarios y sin apoyos del Estado para la publicación de periodismo local y/o de calidad, esa prensa se ha reducido hasta casi extinguirse. Incluso en los países más desarrollados la pandemia afectó al periodismo: “Ningún

# D

periódico, grande o pequeño, lo mismo diarios nacionales que semanarios locales, fue inmune a los efectos del contagio” (Greenslade, 2020, p. 8), reseñó un periodista británico.

La proliferación de publicaciones en línea ha sido, a la vez, una de las causas de la crisis de la prensa local y una de sus posibilidades para sobrevivir. La disponibilidad de sitios digitales hace prescindibles, para muchos lectores, la adquisición de diarios impresos, o de sus versiones en línea. Por otra parte, es en internet en donde se refugian muchas publicaciones que dejaron de aparecer impresas. En todo caso el periodismo local se ha empobrecido y en no pocas poblaciones prácticamente ha desaparecido.

En la pandemia ha faltado la voz y la mirada de los periodistas locales. Se trata de un problema global, como el metaevento mismo, que el historiador Timothy Snyder (2020) deplora de esta manera:

El coronavirus fue una noticia local que no pudo cubrirse adecuadamente porque carecemos de reporteros locales. La mayoría de los condados estadounidenses ya no tienen un periódico adecuado... En aquellos sitios en donde las redes sociales han extinguido al periodismo local, imperan la desconfianza y la ignorancia. No es simplemente que los hechos estén ausentes; es que las redes sociales difunden descabelladas falsedades, incluso sobre la pandemia, que nunca habrían sido aprobadas para aparecer en un periódico. (p. 104)

\*\*\*

Esta no será la única pandemia que padezca la humanidad, ni el único metaevento que tengan que reseñar los medios. Cualesquiera que sean sus mensajes y circunstancias, la comunicación en las siguientes etapas requerirá de coberturas noticiosas por parte de los medios concentrados, incluirá el empleo de redes sociodigitales y los ciudadanos se enterarán, elegirán contenidos y se expresarán para subrayar su condición de individuos independientemente de las colectividades de las que formen parte. El reconocimiento y estudio de las tendencias y los usos de la información desplegados en ocasión de esta crisis permitiría prever la comunicación ante otros metaeventos. El cambio climático se perfila como próximo desastre global. “Cubrir la pandemia es un momento clave para volver a articular lo que significan ‘naciones’ y ‘estados’ en la era de crisis sistémicas y globales. En este sentido, la cobertura de Covid-19 está labrando el suelo para una futura cobertura climática” (Kunelius, 2020, p. 3).

El 16 de junio de 2021, mientras en otros países se mantenían altos niveles de contagios de Covid-19 con todas sus consecuencias, en Estados Unidos

había un enorme motivo de luto y nuevos atisbos de esperanza. Ese día, aquel país llegaba a los 600 mil muertos por el coronavirus y, al mismo tiempo, los estados de Nueva York y California anunciaban el levantamiento de casi todas las restricciones por Covid-19, tanto en instalaciones comerciales y oficinas como en reuniones sociales. El gobernador de Nueva York, Mario Cuomo, declaró “Este es un día memorable (*momentous day*)”. *The New York Times* anunció en su encabezado principal ‘*Momentous: New York and California Open* (Memorable: Nueva York y California Abiertos) pero en su siguiente titular añadió “La nación se aproxima a las 600 mil muertes a pesar del avance”. En el metaevento cada colectividad, como cada persona, tiene sus hitos memorables.

Cuando terminaba el primer semestre de 2021 y cumplíamos año y medio enfrentándonos a las noticias de la pandemia, yo había dejado de buscar a diario en internet las estadísticas de la expansión del virus y me conformaba con el resumen que seguía ofreciendo el telediario que miro todas las noches. En mi cuenta de Twitter he configurado una lista con especialistas que comentan las opciones de vacunas, la necesidad de ventilar espacios cerrados, las amenazadoras nuevas cepas del virus o las políticas de sanidad en varios países. Cada día hay novedades en esos temas y, por mucho que llevamos largos meses encadenados a él, ese carrusel informativo no deja de asombrar. También me aflijo, y espero que esa capacidad de emoción no desaparezca, cada vez que me entero de algún amigo o conocido que nos abandona por culpa del coronavirus. El metaevento es todo ese mosaico de hechos, reacciones y emociones entremezclados, interiorizados y jerarquizados de acuerdo con la circunstancia de cada uno de nosotros. Este es el tiempo que nos tocó vivir. Hay que esforzarnos para entenderlo. ■

## REFERENCIAS

- Bauman, Z. (2007). *Tiempos líquidos: Vivir en una época de incertidumbre*. Tusquets.
- De la Garza, L. A. (1991). El historiador, los hechos y la información. *Estudios políticos*, (5), 39-48. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.1991.5.59889>
- Durkheim, E. (1986). *Las reglas del método sociológico*. Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 1895)
- Flood, A. (2016, 15 de noviembre). ‘Post-truth’ named word of the year by Oxford Dictionaries. *The Guardian*. <https://bit.ly/3BpNUqN>
- Greenslade, R. (2020). Is this the virus that kills us off? *British Journalism Review*, 31(2), 5-11. <https://doi.org/10.1177/0956474820931388>
- Grippe, J. (2020, 23 de mayo). The project behind a front page full of names. *The New York Times*. <https://nyti.ms/3hTqrXi>

- Keane, J. (2020, 1 de mayo). La democracia y la gran pestilencia. *Letras Libres*, (257), 8-14. <https://bit.ly/3zl7J0H>
- Kunelius, R. (2020). On the overlap of systemic events: Covid-19, climate, and journalism. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305120948197>
- Lee, B. Y. (2020, 11 de julio). Face masks with 5G antennas, the latest Covid-19 coronavirus conspiracy theory. *Forbes*. <https://bit.ly/3kH9kcZ>
- López de Suazo Algar, A. (1990). *Diccionario del periodismo*. Pirámide.
- Milan, S., & Treré, E. (2020). The rise of the data poor: The COVID-19 pandemic seen from the margins. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305120948233>
- Navarro Zamora, L. (2021). Condiciones de trabajo cotidiano de los periodistas de América Latina en la cobertura del fenómeno Covid-19, estudio descriptivo emergente. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 26(50), 223-240. <https://doi.org/10.1387/zer.21963>
- Press Emblem Campaign. (2021). *Countries with the most Covid-19 related journalist deaths*. <https://bit.ly/3Bu1bP1>
- Snyder, T. (2020). *Our malady. Lessons in liberty from a hospital diary*. Crown. <https://amzn.to/2UEwEgS>
- Trejo Delarbre, R. (2006). *Viviendo en El Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Gedisa.
- Verón, E. (1983). *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Gedisa.
- World Health Organization. (2020). *Managing the COVID-19 infodemic. Call for action*. <https://bit.ly/3rsiawT>
- Wunderman Thompson, The University of Melbourne y Pollfish. (2021). *Social Media and COVID-19: A global study of digital crisis interaction among gen Z and millenials*. <https://bit.ly/3rrBhqz>

---

Artículo recibido el 22 de junio de 2021 y aprobado el 15 de julio de 2021.