

Comunicación de la ciencia en tiempos de infodemia: descontextualizaciones, simplificaciones y fake news

“Al igual que los patógenos en las epidemias, la información errónea se propaga cada vez más, a mayor velocidad y añade complejidad a la respuesta a emergencias sanitarias”, alertó la Organización Mundial de la Salud (OMS) en pandemia por coronavirus, al tiempo que los medios de comunicación se embarcaron en una vertiginosa maratón de noticias, muchas de ellas de procedencia dudosa. El fenómeno de infodemia —al que la OMS definió como sobreabundancia de información, que puede ser correcta o no— se instaló con fuerza tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales.

Según un relevamiento realizado por el Observatorio de Medios de la Universidad de Cuyo — en diez medios representativos de los 4 conglomerados más importantes de la Argentina— en promedio, durante el primer mes de cuarentena, 9 de cada 10 noticias fueron sobre Covid-19. En los primeros meses del aislamiento social, obligatorio y preventivo (ASPO) también hubo picos de 30 puntos de rating en noticieros y programas que trataban el tema, como así también un récord de visitas en medios digitales. En este devenir informativo existieron desde discusiones entre científicos que terminaron saldándose con la población como testigo — como ocurrió con el inicial debate acerca del uso o no de barbijos y/o tapabocas—, hasta teorías conspirativas que sostenían que el nuevo coronavirus había sido diseñado en un laboratorio.

El presupuesto —incuestionado en la visión dominante de la divulgación científica— acerca de que “más es mejor”, es decir, que siempre es bueno producir y diseminar conocimientos científicos (Vara, 2012), queda bajo cuestión en el actual contexto de pandemia. Es el caso de la difusión apresurada de algunos artículos preliminares de investigaciones. Los medios suelen mostrar estas noticias de manera concluyente, con titulares o zócalos que siembran miedo o incertidumbre. Este modo de presentar la información, incluso, puede tener consecuencias peligrosas para la salud, como ocurrió apenas comenzado el ASPO, cuando se difundió que los medicamentos para la hipertensión favorecían el riesgo de mortalidad ante el Covid-19. No se trató de una fake news, efectivamente el artículo científico existía, pero se trataba de un incipiente estudio que no contaba con evidencias claras como para afirmar categóricamente que la hipertensión o la insuficiencia cardíaca “per se” estuvieran asociadas con un mayor riesgo de infección por Covid-19. Ante la preocupación de que los pacientes dejaran de tomar sus medicamentos, la Sociedad Argentina de Cardiología salió rápidamente a desmentir esta información. ¿Era necesario difundir un artículo preliminar, sin evidencias científicas y que terminó poniendo en peligro la salud de muchos pacientes? Definitivamente, “más” no siempre es “mejor”.

Es habitual que los medios levanten noticias que tienen una base científica y luego las comuniquen de manera descontextualizada, como así también que transmitan informaciones científicas con excesivas simplificaciones para que el público “comprenda” de qué se está hablando. Estas prácticas nos dejan algunas reflexiones. En primer lugar, la importancia de la existencia de periodistas científicos formados en los medios de comunicación, capacitados para transmitir la información de una manera idónea y sin sensacionalismos, distanciados del enfoque que considera que el público solo puede captar representaciones excesivamente simplificadas. (Hilgartner, 1990). En segundo término, aún en los casos en que los medios

cuenten con comunicadores científicos, vale el cuestionamiento acerca de la visión dominante que implica el preconceito sobre del público que, de alguna manera, le niega un papel cognitivo o racional, dotándolo de un juicio marcado por valores y emociones, es decir, por aspectos irracionales. (Vara, 2010). Una perspectiva que conduce a simplificaciones excesivas y, muchas veces, distorsionadas. En este sentido, el semiólogo Pablo Fabbri, en una entrevista que le hicieron en 2018, explicó su particular mirada acerca de la comunicación de la ciencia y el público:

“Prefiero hablar de comunicación de la ciencia en lugar de divulgación científica, ya que esta última categoría presupone un emisor en poder de todos los saberes necesarios sobre los conocimientos contenidos en los diversos discursos científicos así como sobre una masa indiferenciada de destinatarios. La comunicación presupone, en cambio, una posible cooperación enunciativa: el destinador debe tener en cuenta los intereses, conocimientos y preocupaciones del destinatario”. (Francescutti, 2018)

El impacto de las redes sociales es un capítulo aparte en la problemática de la infodemia. Sin dudas, ellas constituyen el terreno más fértil para las fake news: el virus se cura con té o preparados caseros; el virus no sobrevive a temperaturas altas; las redes de telefonía móvil 5G transmiten el virus; las vacunas contra Covid-19 se producen con células de fetos abortados; existen diversas curas para el coronavirus que están ocultando; las vacunas tienen ADN humano que puede interactuar y alterar nuestro ADN; las vacunas tienen aluminio o sales de aluminio que provocan daños neurológicos. La lista de noticias falsas es interminable.

La principal preocupación radica en que buena parte de la población se informa a través de estas plataformas. Un estudio sobre hábitos informativos durante el ASPO — realizado por investigadores del CONICET entre el 11 y el 15 de abril en Capital y Gran Buenos Aires— reveló que la mitad de las personas encuestadas afirmaron ver y leer noticias sobre la pandemia en redes sociales (49,95%). (Calzado, 2020). Resultados cualitativos preliminares de una investigación que busca indagar en los consumos culturales y la producción artístico-discursiva de estudiantes de la Universidad Nacional de Moreno¹, mostraron cómo algunos estudiantes se informan casi exclusivamente a través de las redes sociales e, inclusive, a partir de memes: “A veces ves el meme antes que la noticia y tenés que buscar la noticia para entender el meme”, contó un estudiantes en uno de los focusgroup realizados por el equipo de investigación.

“Cuando una cultura se desplaza de su condición oral a escrita, de impresa a televisiva, sus ideas sobre la verdad se desplazan con ella” (Postman, 2001: 29). Estamos atravesando la transición del dominio de los medios audiovisuales —con la televisión en el centro del ecosistema de medios— hacia el dominio de los medios digitales con el mundo de las redes sociales como protagonista principal. Esto implica una reconfiguración en las “ideas sobre la verdad”, en los criterios de credibilidad o confiabilidad que aún están en proceso en lo que respecta a las redes sociales. Mientras tanto, cualquier intento de atenuar o corregir en ellas los efectos de la desinformación en el marco de la pandemia, implica una serie de

¹Proyectos de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico en curso: “Configuraciones sociales y prácticas artístico-discursivas en tiempos de las narrativas transmedia: incidencias, lecturas y experiencias de articulación comunitaria en el contexto territorial de UNM”. Secretaría de Investigación, Vinculación Tecnológica y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Moreno.

inconvenientes muy delicados en términos de libertad de expresión, pero ese es tema de otro debate.

Sonia Susana Carosella

Estudiante de 5to año de la Licenciatura en Comunicación Social

Bibliografía:

Calzado, Mercedes, Lio, Vanesa, Cirulli, Ailén (2020), *¿Cómo nos informamos durante la cuarentena? Tecnología, noticias y entretenimiento en tiempos de aislamiento por el covid-19*. Grupo de Estudios sobre Comunicación, Política y Seguridad del Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Disponible on line durante septiembre de 2020 en <http://www.sociales.uba.ar/2020/06/02/como-nos-informamos-durante-la-cuarentena/>

Francescutti, P. (2018). "La comunicación de la ciencia presupone la cooperación enunciativa entre destinador y destinatario", entrevista a Paolo Fabbri. En revista *InMediaciones De La Comunicación*, 13(2), 215-219. Disponible on line durante octubre de 2020 <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2874/2898>

Hilgartner, S. (1990), "Thedominantviewofpopularization: Conceptual Problems, political uses", *Social StudiesofScience*, Vol. 20, pp. 519-539.

Postman, Neil (2001), "Los medios como epistemología". En *Divertirse hasta morir: El discurso público en la era del "showbusiness"*(2da. Ed). Barcelona, Ediciones La Tempestad.

Vara, Ana María (2012). "Cuando saber menos es mejor que saber más: reflexiones en torno a los límites en la producción y diseminación del conocimiento" en revista *Fundamentos en Humanidades*, vol. XIII, núm. 26, 2012, pp. 15-28. Disponible on line durante septiembre de 2020 en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18429253001>

Vara, Ana María (2010). "Quién es, qué cree, que busca, qué sabe el público". En Luisa Massarani (coord.), *Jornalismo e ciencia: uma perspectiva ibero-americana*. Río de Janeiro, Casa de Oswaldo Cruz, pp. 73-80.

Fuentes consultadas:

"Disminuyeron el consumo y la cobertura de noticias sobre Covid-19". (22 de junio de 2020) Unidiversidad, publicación digital del Centro de Información y Comunicación de la Universidad Nacional de Cuyo. Disponible on line durante septiembre de 2020 en http://www.unidiversidad.com.ar/disminuyo-el-consumo-y-la-cobertura-de-noticias-sobre-covid-19?utm_campaign=Radio&utm_term=76

Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Cuyo (2020). [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=xtWlzCN26Hc&feature=youtu.be>

Plataforma "Confiar" de la Agencia Nacional de Noticias Télam. <https://confiar.telam.com.ar>

Sitio Web de la Organización Mundial de la Salud <https://www.who.int/es>

Zunino, Esteban. (31 de agosto de 2020). "La postpandemia ya llegó". Letra P. Disponible online durante septiembre de 2020 en <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-8-31-19-5-0-covid-19-y-medios-la-postpandemia-ya-llego>