

Ecosistemas digitales y relaciones virtuales. Las nuevas rutinas de información en contextos de crisis sanitaria global.

Lila Luchessi
Universidad Nacional de Río Negro. IIPPyG / UBA

Resumen

Para pensar en los problemas que surgen, se profundizan o se estabilizan en contextos de crisis como la pandemia generada por el COVID 19, se hace foco en un marco de tensión y concesiones entre productores y usuarios de información que interactúan en plataformas digitales.

Es a través de entrevistas con productores y análisis de contenidos en interfaces digitales que se observan las adaptaciones de las rutinas de trabajo informativo, las relaciones con las fuentes y las interacciones con los usuarios en un contexto digital.

De estas acciones y posicionamientos políticos surgen contenidos en los que la adaptación de las rutinas a los lenguajes y consumos provoca sentidos comunes binarios con consecuencias políticas respecto de la acción y la reacción.

La convivencia del ecosistema digital (Canavilhas 2011) con las mediatizaciones tradicionales no es nueva. Desde los años 90, el periodismo comienza a migrar su contenido a la web iniciando una interfaz digital (Scolari 2018) para producciones informativas.

A medida en que los desarrollos de hardware se hacen accesibles y los lenguajes de programación simplifican el acceso a las narrativas digitales, las audiencias se incorporan masivamente a los consumos web.

En una primera instancia, se sostienen las asimetrías relacionales con las que tradicionalmente el periodismo se maneja con su audiencia. La lógica tradicional de las jerarquías entre productores y consumidores, sustentada en la unidireccionalidad de los mensajes, comienza a alejar a las nuevas generaciones de usuarios (Luchessi 2018).

Nacidos y criados en una cultura en la que la digitalización es parte de lo cotidiano, el acceso inmediato y la interacción con los referentes sociales es moneda corriente. Las nuevas generaciones empiezan a huir de las mediaciones establecidas a través de interfaces tradicionales. Cada vez más, los jóvenes hacen consumos personalizados de los contenidos.

La idea de que la mediatización evita mediaciones institucionales -que los más jóvenes consideran innecesarias- conlleva modos relacionales mucho más horizontales. Esa horizontalidad llega para cuestionar lo institucional. Pero no se trata solamente de un cuestionamiento en relación con el Estado. Alcanza, también, a todo aquello que remite a formas jerarquizadas dentro del esquema social. En tanto, se profundizan acuerdos y desacuerdos entre pares.

Con este panorama, las industrias informativas resbalan entre dos problemas. Por un lado, el pasaje de los anunciantes de las pautas mediáticas al *marketing* directo, gestionado por *community managers* que segmentan los públicos y se adecuan a los algoritmos a un costo mucho menor que las tarifas de los medios. Por otro, la volatilidad de las audiencias que descrea de las instituciones periodísticas y prefiere conversar con pares para despejar sus necesidades de información social.

Es en la lógica conversacional en la que se inserta la necesidad de interacción. Y con ella, una de las características más claras de la transmedialidad (Jenkins 2008). Sin interacción no hay narrativas transmediales. Y, para que eso exista, resulta fundamental conversar y no declamar.

Así las cosas, se produce un descentramiento (Luchessi 2016) de los referentes y líderes de opinión que descoloca a quienes no tienen la costumbre de ser cuestionados sino cuestionar. Porque, a lo largo de la historia, tanto dirigentes políticos cuanto periodistas, son autores de discursos unidireccionales que no admiten diálogo, confrontaciones ni fisuras.

En ecosistemas electrónicos, las audiencias solo dejaban de consumir aquello con lo que no acordaban. Zapping mediante, su inserción quedaba acotada a la suba baja del rating. Y, en los mejores casos, a enviar mensajes telefónicos que, luego de una selección, eran leídos o no.

Con la posibilidad de interactuar, colaborar, agregar, contextualizar pero –por sobre todo- discutir, los usuarios subvierten las lógicas relacionales predominantes en los

ecosistemas previos a la digitalización y provocan rupturas respecto de la oferta informativa y las formas de construirla.

Además, queda clara la diferencia acerca del interés que tienen los productores sobre determinados tópicos y los que manifiestan usuarios de información (Boczkowski 2015). La disparidad se plantea respecto a la relevancia de los temas que son importantes para la sociedad en cada contexto. En tanto, suelen coincidir cuando lo que se afecta es el bienestar común.

Esta diferencia en los criterios e intereses lleva a una negociación con las audiencias que corre los ejes de la predominancia periodística sobre la *agenda setting* (McCombs 2006). Si para no perder audiencia, medios y periodistas conceden el abordaje de temas que están lejos de lo noticiable (Luchessi y Cetkovich Bakmas 2007), las narrativas que escapan a su control de los relatos y los criterios para definir qué acontecimientos pueden transformarse en noticia; se produce un corrimiento en la preponderancia para la selección de los temas que favorece a los usuarios, a partir de sus participaciones dentro de las interfaces digitales.

Las fuentes, que tradicionalmente requerían de la prensa para comunicarse con los ciudadanos a quienes querían interpelar como potenciales votantes, clientes o interlocutores, gestionan sus propias redes. Entonces, quitan de las producciones informacionales la diferencia en el acceso a las fuentes primarias y –por ende– la necesidad de los usuarios de las mediaciones periodísticas.

En un contexto de globalización de la cultura, la economía y la movilidad, las agendas también se globalizan. Los temas que se instalan en la conversación global suelen asentarse en acontecimientos que tienen una localización espacio temporal específica. Así, acontecimientos como la Caída del Muro de Berlín¹ o la primavera Árabe² tuvieron anclajes locales y territoriales, aunque sus temas, imágenes y consecuencias económicas, políticas y culturales fueran globales.

Los acontecimientos que empiezan en el mes de diciembre de 2019 en Wuhan, China, y se esparcen por el mundo a través de vuelos y viajeros, generan –en un principio– información global sobre un acontecimiento circunscripto a un solo sitio. Hasta allí, la agenda del virus era global con geolocalización específica.

Con el correr de los días, el tráfico aéreo y la circulación de personas, el virus migra por el resto de los continentes trasladando la enfermedad y la crisis sanitaria al resto del mundo. La sorpresa, la labilidad de los sistemas de salud y la política económica puesta por encima del valor de la vida llevaron a que se produjeran colapsos del sistema de asistencia y una cantidad de muertes que podían evitarse.

Paradójicamente, mientras lo que se globaliza es el acontecimiento, la información que se requiere es cada vez más local. A mayor cantidad de regiones, países, ciudades,

¹ El Muro de Berlín, que separó a las dos Alemanias durante la Guerra Fría, cayó el 10 de noviembre de 1989 iniciando el fin de la dicotomía riente – occidente para hundir las bases de una economía y una cultura globales.

² La Primavera Árabe surgió el 17 de diciembre de 2010 cuando miles de tunecinos salieron a protestar por la inmolación de un vendedor ambulante en la ciudad de Sidi Bouzid. A partir de la actividad en las redes, se extendió con distintos conflictos en el resto del mundo árabe hasta el año 2012. A partir de ella, se generaron miles de militancias globales con gran actividad en las redes.

pueblos que caen en la desgracia de la infección, mayor necesidad de información hiperlocal.

Para comprender el concepto de hiperlocalismo es conveniente analizar a qué refiere esta categoría. Compartimos con Flores Vivar que:

La “información hiperlocal o hiperlocalismo se refiere a la información que se produce a través de internet, orientada en torno a una región, barrio, distrito o comunidad geográficamente bien definida, con un enfoque transversal de contenidos, principalmente, acerca de las preocupaciones e intereses de sus residentes” (Flores Vivar 2015).

Los datos específicos relacionados con las políticas públicas, la gestión de la crisis, la organización del sistema sanitario, las medidas preventivas y la planificación de la comunicación institucional y periodística requieren de tratamientos que contemplen las especificidades culturales, económicas, sanitarias y de infraestructura que hacen que la información no sea global, aunque el acontecimiento sí lo sea.

Dicho esto, la pregunta es qué problemas surgen, se profundizan o se estabilizan en contextos de crisis como la pandemia generada por el COVID 19 en un marco de tensión y concesiones entre productores y usuarios de información.

Brechas

Como primera cuestión, la pandemia puso de manifiesto que, si bien superada en ámbitos intelectuales orgánicos y los lugares más tradicionales de la academia, las brechas que preocupaban en la década de los 90 (Ford 1999) (Ford 2005) no solo no se achicaron, sino que producen grandes desigualdades dentro de la humanidad.

Mientras 4540 millones de personas usan internet, 3800 millones poseen redes sociales. La penetración de la web es del 59% de la población mundial, mientras que la de las redes es del 49% (Social 2020). La peor situación se encuentra en los países de menores ingresos. Allí, el 25% de los jóvenes no tienen acceso a la web. En relación con las herramientas básicas para el acceso a los lenguajes y narrativas, 781 millones de adultos y 175 millones de jóvenes son analfabetos (UNESCO 2020).

Estas desigualdades ponen en discusión las condiciones de equidad, igualdad y democracia con la que los diferentes sectores sociales acceden o no a las herramientas, plataformas y lenguajes digitales. Y quiénes son los que narran a quienes no tienen acceso ni visibilidad (Ford 2000). También, ponen de manifiesto las políticas públicas, o la falta de ellas, para incluir, excluir, integrar o segregar comunidades que son afines o se perciben lejanas.

Sin embargo, las brechas no son solamente respecto de la participación distributiva de bienes y servicios tecnológicos y culturales. El acceso a las condiciones mínimas para la supervivencia y la salud ponen en estado de vulnerabilidad a millones de personas.

Según informes de la Organización Mundial de la Salud y la UNESCO, “el número de personas que no cuentan con servicios de agua básicos, alcanza a 844 millones, y son 2.100 millones quienes no disponen de agua potable gestionada de forma segura, mientras que 4.500 millones no tienen acceso a servicios de saneamiento gestionados en condiciones de seguridad y 892 millones aún defecan al aire libre” (forestal 2020).

Si bien es previo a la propagación global de la pandemia, el informe deja claras las desigualdades que suelen concentrarse en las mismas poblaciones que no acceden a servicios básicos ni a bienes culturales, la desidia de las políticas estatales y la convivencia de desarrollos innovadores con la falta de las mínimas condiciones de subsistencia.

Dentro de la gestión y reacomodamiento de los ecosistemas de medios en cada región, es interesante abordar la coexistencia de interfaces digitales con interfaces electrónicas. Analizar cómo se distribuyen los usos y apropiaciones en relación con las pertenencias identitarias, sectoriales y de clase es una tarea que puede facilitar el desarrollo de políticas inclusivas para paliar la desigualdad.

Los medios electrónicos tienen una penetración generalizada dentro del ecosistema audiovisual. La cultura de la narración audiovisual se retroalimenta con la cultura digital. La cobertura televisiva alcanza globalmente a más del 90% de la población. En el caso de la Argentina, con la pandemia crece la audiencia televisiva de la madrugada. Sin embargo, podemos leer este crecimiento a la luz de las exclusiones que se detectan en cuanto a la escasa penetración de internet, la obsolescencia y limitación del parque de dispositivos y la falta de competencias que se deriva de falencias educativas, culturales y económicas de los grupos postergados.

No es menor la variable económica. Tampoco las condiciones socio ambientales con las que cada uno de los segmentos sociales atraviesa la crisis. Mientras algunos tienen garantizadas las situaciones comunicacionales más sofisticadas para trabajar, sostener sus relaciones afectivas y sobrellevar el confinamiento en condiciones de confort, otros no tienen acceso a calidades mínimas de higiene.

De todas formas, las apropiaciones culturales llevan a reformular la narrativa televisiva con estética de *meetings* virtuales y un diseño de pantalla *zoomificado*. Los participantes de los envíos televisivos se insertan de manera remota o, aún en los casos en los que están presentes en el estudio, aparecen con diseños de pantalla que imitan los mosaicos de Zoom.

Vistas las innovaciones, surgen invariantes que plantean estabilidades, aunque se busquen formas de nominación que las hacen mostrarse como nuevas. En los últimos años, a medida en que la comunicación y el marketing se antepusieron a las estrategias políticas (Luchessi 2000), la sofisticación de las operaciones (políticas y mediáticas), la proliferación de las usinas y el uso y viralización de informaciones falsas, erróneas o inexistentes por parte de cibernautas amateurs, complica el ecosistema informativo y contribuye a lo que, con la extensión de la pandemia, la Organización Mundial de la Salud caracterizó como infodemia.

Metáforas

Sin una definición demasiado exhaustiva, la OMS apela a comparar el daño que el virus ocasiona en el cuerpo humano con el que las operaciones mediático – políticas propina al cuerpo social. Se observa que para explicar la *infodemia* y los efectos socioculturales de la pandemia en la comunidad se utilizan metáforas sanitarias.

Más allá de la naturalización de la información, se plantea que la enfermedad son las noticias, viciadas por fallas del sistema que permiten que circulen a gran velocidad

instalando temas, abordajes y fuentes que no son precisas y operan para confundir y llevar agua para sus molinos.

Respecto del COVID 19, la metáfora es bélica. El virus es el enemigo, al que se lo combate porque es un “atacante silencioso”. En las narrativas específicas que se construyen sobre el virus se habla de un enemigo invisible, al que hay que ganarle la batalla y combatirlo entre todos.

El análisis de las metáforas lleva a ensayar una definición –aunque sea provisoria- del concepto que se esgrime desde la OMS (Ghebreyesus 2020). Entonces, para categorizar el concepto de *infodemia* en el marco de este trabajo, se comprenderá como *tal la metáfora cultural respecto de la propagación, el contagio y la enfermedad que surge a partir de un virus incontrolable y para el que no hay vacunas ni antibióticos que ayuden a paliar el efecto nocivo en el sistema social.*

Tanto en el caso de la circulación del COVID 19, cuanto en la propagación de noticias falsas, erróneas o virales no hay cura ni vacunación. El único antídoto es la responsabilidad social de los medios, las dirigencias políticas y económicas y los ciudadanos.

El resultado de estas operaciones, en las que se sustituyen sentidos y se omiten datos, es la confusión, la desinformación, pero sobre todo la irritación de algunos sectores de la sociedad que se manifiestan desoyendo las voces oficiales y haciendo que las consecuencias del COVID enfermen a otras personas.

Así, mientras la infección concreta mata y lleva a los sistemas sanitarios al colapso, la infección informativa se expresa en noticias falsas, información errónea y viralización de inexactitudes que instala conductas reaccionarias, tan letales como el mismo COVID.

Como en cualquier otro tipo de operaciones, se busca debilitar a los decisores para que, en la puja entre sectores corporativos con intereses específicos (Gomis 1990), el Estado deba sucumbir ante las presiones, aunque el costo sea la salud y la vida de la población.

En la falsa dicotomía entre economía y salud, se establece un parte aguas que lleva a establecer tensiones entre quienes plantean que la economía se incluya en un lugar prioritario y quienes ponen por delante la salud y la vida.

Las consecuencias de estas disputas parecen obturar el debate sobre el derecho a la salud y los costos para garantizarlo. Poco se dice de la voluntad subyacente de generar una purga ecológica, que equilibra el sistema previsional, en el que los más vulnerables sean descartados por los efectos irreversibles del virus. Según un informe del Banco Mundial, las consecuencias de la Crisis podrían ser las peores desde la Segunda Guerra Mundial (World Bank 2020).

Si bien se establece una discusión entre quienes quieren preservar las condiciones de salubridad y quienes quieren volver a la normalidad de la economía, para sostener la producción y el consumo prepandemia, no se comprueba en los resultados de los más laxos una caída menor de sus sistemas económicos que en aquellos países donde las restricciones fueron más duras.

En la posición del primer grupo, no se manifiesta que los excluidos del sistema son quienes, por sus condiciones de vida, precariedad laboral y socio ambiental, exclusión de las coberturas confortables pueden –llegado el caso- entregar sus vidas para evitar el

colapso de la economía. Tampoco se dice que son los adultos mayores y el resto de la población de riesgo y vulnerabilidad los que llevan la peor parte cuando la pandemia recrudece. Hasta el momento, no se probaron casos en los que la desatención de la salud impacte en menor medida en la organización económica y social.

En relación con el segundo grupo, se manifiesta que el impacto de la cuarentena sobre la economía es preocupante. Sin embargo, se plantea que con la asistencia del Estado se puede preservar la salud y sostener las condiciones de supervivencia de la sociedad y los sectores de la economía que no tienen resto para hacer los mayores esfuerzos.

Paradojas

El escenario pandémico encuentra tanto a los dirigentes cuanto a los ciudadanos desprovistos de herramientas para paliar la crisis. Sin vacuna ni tratamientos, con las economías globales colapsadas, se arroja a un creciente porcentaje de la sociedad a la pobreza³. También, a fuerza de encierro otros grupos se disponen en las fosas, a las que llegan sin la compañía de sus seres queridos, en una cruel soledad. Es a partir del virus que se generan paradojas con las cuales no es sencillo lidiar.

Las ideas de “nueva normalidad”, “distanciamiento social”, “aplanamiento de la curva”, “stress sanitario” y la situación de *triage*, que lleva a los agentes de salud a elegir entre quienes se salvan y quienes no, instalan situaciones paradójales dentro de cada una de las metáforas que describimos cuando caracterizamos la *infodemia*. Sin embargo, existen –dentro de las interfaces tradicionales- protocolos de procedimientos para evitar que la *infodemia* se expanda a través de medios y redes de comunicación.

Es en este punto en el que las rutinas informativas deben replantearse a la luz de las plataformas digitales, de los consumos interactivos y los ecosistemas híbridos, en los que las rutinas tradicionales se subvierten por los usos de los amateurs que viralizan y recirculan material no chequeado y surgido en usinas de operación política, mientras conviven con nuevas rutinas asociadas a los usos de la web (Jenkins, Ford y Green 2015).

Dentro de la gestión informativa, medios y periodistas deben recurrir a fuentes oficiales y voces muy autorizadas, aunque previo a la pandemia existieran reticencias sobre el uso de información generada desde los Estados. En este sentido, queda explícito que es el Estado la instancia en la que puede aglutinarse toda la información. Es responsabilidad de los medios distribuirla y utilizarla para generar procesos de toma de decisiones sobre la salud, la organización de la sociedad en contextos de riesgo sanitario y la “*información socialmente necesaria*” (Schiller 1996) para el funcionamiento cotidiano de la comunidad.

Sin embargo, en un contexto en el que se desvalorizan y descalifican las representaciones (Balibar 2013), el pasaje de ciudadanos a audiencias y de ellas a usuarios pone a la ciudadanía en un lugar que, en principio, puede parecer privilegiado.

³ “Por primera vez desde 1998, las tasas de pobreza aumentarán a medida que la economía mundial entra en recesión y cae abruptamente el producto interno bruto (PIB) per cápita. La crisis en marcha revertirá casi todos los avances logrados en los últimos cinco años. De acuerdo con estimaciones del Banco Mundial, entre 40 millones y 60 millones de personas caerán en la pobreza extrema” (<https://www.bancomundial.org> 2020)

Si bien es claro que pueden dialogar directamente con las fuentes de información, el riesgo que asumen es el de ser vulnerados en sus confianzas o alineamientos con quienes se permite interactuar. La diferencia con otros momentos es que esa vulneración puede darse de forma instantánea (Fowks 2018)

Para quienes no conocen las técnicas de construcción informativa, no resulta menor el riesgo de estar expuestos a situaciones en las que se establecen ejercicios manipularios, sostenidos en noticias falsas o confusas para sembrar dudas y generar posicionamientos políticos específicos dentro los sectores más desinformados de la población.

En ecosistemas tradicionales, el antídoto para estas situaciones está en el proceso de newsmaking (Roshco 1979). La corrección en el tratamiento de los datos, la selección y jerarquización de la información, la edición y posterior publicación garantizan una factura que, si bien se da de bruce con la instantaneidad, logra consistencia en la información que se pone a circular.

Rutinas informativas en ecosistemas digitales

Con la instalación de interfaces digitales, el tamaño de las redacciones, la inversión empresaria en capacitación y equipamiento, la formación de los trabajadores de prensa, la programación de algoritmos y la voracidad de los usuarios, se modificó la forma de construir la información.

En este contexto, los procesos de elaboración profesional de las noticias no estén garantizados en términos de respeto por las fuentes, chequeo de la información y cuidado de los datos para hacer aportes a la calidad del sistema democrático.

La sobre carga que tienen los profesionales de la información para cubrir superficies redaccionales lleva a que la tarea periodística se enfoque en la elaboración de un producto cuyas fuentes son de segunda y tercera mano. En este sentido, su trabajo se transforma en el de alguien que elabora materiales a partir de trabajos de otros o, como plantea (Rincón 2013) en la acción de un DJ.

Agrupados en pequeños equipos, producen contenidos más o menos prolijos para acrecentar clicks y tráfico dentro de las páginas. En muchos casos, estos profesionales trabajan de forma remota satisfaciendo la necesidad de inmediatez de las comunidades que reclaman la transparencia de los posicionamientos en relación con la información que publican.

Claro que la cantidad de clics no garantizar ni calidad en la información ni compromiso con la audiencia para aportar las herramientas informativas necesarias para el ejercicio ciudadano de la democracia (Palacios 2016).

En la negociación con las audiencias, tienden a ablandar las coberturas, conceder en los temas y sostener un contrato de lectura (Verón 1985) que sostenga el tráfico necesario para la subsistencia.

Con unos usuarios activos, que en muchos casos no coinciden con los criterios de los medios para generar noticiabilidad (Martini 2000), las perspectivas tradicionales se acomodan para dar respuesta a estas demandas, poniendo a la instantaneidad como variable imprescindible para las coberturas informativas y la viralización como medida para incluir los tópicos en la agenda del medio.

En contextos en los que las interacciones con fuentes, colegas y usuarios están mediadas por redes y plataformas digitales, la mayoría de los profesionales transcurren solos los caminos para producir información. Así, no solamente realizan múltiples tareas sino que no tienen interacciones concretas con jefes y colegas a la hora de tomar decisiones de tipo informativo o editorial.

Con un panorama en el que cada vez más es necesario realizar contenidos completos, para medios múltiples, desde la soledad de los hogares y a pagas bajas, la sobrecarga de trabajo conlleva procesos superficiales de procesamiento de la información.

La relación entre el cambio en las rutinas y los espacios en los que se ejerce la profesión abona la idea de que las repercusiones conceptuales en las relaciones entre los insumos informativos y los usuarios son el sustento de la práctica política en tanto ejercicio democrático.

Sin embargo, la digitalización acelera los tiempos productivos y pone de manifiesto la irrupción de unos usuarios desconfiados y descreídos de las instituciones tradicionales.

Trolls, haters y comunicadores

El rol de los usuarios es central en la medida en que acotan, corrigen, se enojan e interactúan entre ellos, formando comunidades con algún grado de homogeneidad. En general, esa identidad está sostenida en posiciones ideológicas que suelen velarse en la idea de objetividad (Gonzalez Requena 1989).

Estos posicionamientos que se autoperceben objetivos frente a unos otros sesgados por sus pertenencias ideológicas y partidarias no hacen otra cosa que abonar a la antipolítica, sustentada en reacciones que, en muchos casos, son claramente antidemocráticas.

La presencia de *haters* no necesariamente supone la acción de *trolls*. “*La dinámica de los foros depende mayoritariamente de lo que los usuarios hagan con ellos.*” Y también que “*las hostilidades y el online abusment no son exclusivas de los foros de comentarios, sino que se convirtieron en un problema global a medida que las redes sociales se popularizaron y con ellas el crecimiento exponencial de medios para que el usuario haga públicas sus opiniones*”. (Vidal 2018).

Estas opiniones, que se expresan con libertad y virulencia, suponen una interlocución paritaria con los productores de contenidos informativos. En la medida en que las opiniones no coincidan con lo que los usuarios creen correcto, la furia se desata y despliega el odio en todo su esplendor.

En línea con lo previsto para sostener el pacto de lectura, se genera una relación de reciprocidad entre audiencia y productores en la que el foco de las virulencias se pone por fuera de ese vínculo. Entonces, los ataques se dirigen hacia quienes no se alinean con las formas compartidas de interpretar la realidad.

Estos nuevos procesos relacionales suponen reajustes en el desarrollo del *newsmaking*. Con ellos, el posicionamiento editorial y la ideología del periodista se vuelven centrales para lograr el contacto con la audiencia.

Sin embargo, en la misma medida en que los usuarios se muestran reticentes al valor de las instituciones, los periodistas lo son con las fuentes oficiales. Eso genera una

descalificación sobre la política y las instituciones con la consecuente erosión del sistema democrático.

Antes de la pandemia, los medios debían posicionarse para gestionar las adhesiones de sus usuarios y, de ese modo, fidelizar la marca y generar comunidad. Es a partir de los posicionamientos de sus comunidades en las que los medios participan activamente en una batalla que no solo se construye en torno del consumo de la información, sino también en los ejercicios de lobby que presionan sobre la toma de decisiones legislativas y ejecutivas.

Entonces, la disputa es con el Estado. Lo que se pone sobre la mesa es quiénes deben gestionar la pandemia, cuál es la información necesaria y qué políticas públicas deben llevarse a cabo. Tanto los medios cuanto los sectores lejanos a las distintas gestiones estatales plantean la libertad y la economía como ejes centrales para tomar decisiones.

Frente al binarismo y la disputa constante, la acción de los *trolls*, la generación de *fake news* y la inconveniencia manifiesta por los usuarios respecto de las mediaciones para acceder a la información; el único paliativo es el compromiso con el profesionalismo y la calidad de la información. Sin embargo, como en cualquier otro tipo de pandemia, hay quienes no solamente descuidan su propia salud, sino que tratan de producir contagios adrede. En este caso, la víctima más grande es el sistema democrático y todas sus formas de representación.

Bibliografía

- World Bank. *Global Economic Prospect*. infome de la economía global, Washington: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2020.
- s.f.
- Balibar, Etienne. *Ciudadanía*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2013.
- Boczkowski, P y Michelstein, E. *La brecha de las noticias*. . Buenos Aires.: Manatial, 2015.
- Canavilhas, J. *index.comunicación*, 1(1), 13-24.
<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/4/>. «El nuevo ecosistema mediático.» 2011.
<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/4/>.
- Flores Vivar, Jesus Miguel. «Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos.» *Cuadernos de periodismo N° 29*, 2015: 38-54.
- Ford, Anibal. *La marca de la bestia*. Buenos Aires: Norma, 1999.
- Ford, Anibal. «Procesados por otros. Diferencias infocomunicacionales y sociocultura contemporánea.» En *Comunicación - educación. Coordenadas, abordajes y travesías*, de Carlos Eduardo Valderrama H, 65-74. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2000.

- . *Resto del mundo. Nuevas mediaciones de las agendas críticas internacionales*. Buenos Aires: Norma, 2005.
- forestal, argentina. *Argentina foresal*. 9 de marzo de 2020.
<https://www.argentinaforestal.com/2020/03/09/naciones-unidas-la-crisis-mundial-del-agua-nace-de-la-desigualdad-la-pobreza-y-el-poder-y-no-de-la-disponibilidad-fisica/> (último acceso: 3 de agosto de 2020).
- Fowks, Jacqueline. *Mecanismos de la posverdad*. 2° edición. Lima: FCE, 2018.
- Ghebreyesus, Tedros Adhanom & NG, Alex. «La desinformación frente a la medicina: hagamos frente a la «infodemia».» *El País*, 18 de febrero de 2020.
- Gomis, Lorenzo. «Los interesados producen y suministran los hechos.» *Análisi 13*, 1990: 43-52.
- Gonzalez Requena, Jesús. *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Madrid: Akal, 1989.
- <https://www.bancomundial.org>. 20 de abril de 2020.
<https://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview> (último acceso: 10 de agosto de 2020).
- Jenkins, Henry. *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2008.
- Jenkins, Henry, Sam Ford, y Joshua Green. *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Madrid: Gedisa, 2015.
- Luchessi, Lila. «ViralNewsContent, Instantaneity, and Newsworthiness Criteria. .» En *“Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age”*. Hershey. USA. IGI Global, de R y Alzamora G (eds) En Gambaratto Rampazo. Hershey. USA.: IGI Global, 2018.
- Luchessi, Lila. «Descentramientos, influencias y reacomodamientos en el ejercicio periodístico. .» En *Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI*. , de Adriana Amado Suárez. Buenos Aires.: Konrad Adenauer Stiftung - Infocidadana, 2016.
- . «Las huellas del fundamento tutelar en las campañas presidenciales argentinas de 1999.» V *Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Ciencias de la Comunicación (ALAIC). Sociedad de la Información: Globalidad, convergencia y diversidades*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales / ALAIC, 2000.
- Luchessi, Lila, y Gabriel Cetkovich Bakmas. «Punto ciego.» En *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación*, de Lila Luchessi y Maria Graciela Rodriguez, 251-270. Buenos Aires: La Crujía, 2007.
- Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Editorial Norma, 2000.
- McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós, 2006.

- Palacios, Ariel. «No todo en la vida tiene un link.» En *Desafíos del periodismo en la Sociedad del conocimiento*, de Lila Luchessi y Luciano (Comp) Videla, 23-28. Viedma: Editorial UNRN, 2016.
- Rincón, Omar. «El periodista DJ es el medio.» En *Calidad informativa, escenarios de postcrisis*, de Lila Luchessi, 9-31. Buenos Aires: La Crujía, 2013.
- Roshco, Bernard. *Newsmaking*. Chicago: University of Chicago Press, 1979.
- Schiller, Herbert. *Information inequality*. Nwe York: Routledge, 1996.
- Scolari, Carlos. *Leyes dela interfaz*. Barcelona.: Gedisa., 2018.
- Social, We are. 21 de julio de 2020. <https://datareportal.com/reports/more-than-half-the-world-now-uses-social-media> (último acceso: 28 de julio de 2020).
- UNESCO. *Informe de seguimiento de la educación mundial, 2020: Inclusión y educación: todos significa todos*. París: UnitedNations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2020.
- Verón, Eliseo. «El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento delos soportes de los media.» En *“Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”*,. París: IREP, 1985.
- Vidal, Mariano. *Bajar al barro: Estudio de los espacios de comentarios en los portales de noticias argentinos*. Buenos Aires: UdeSA Tesis de maestría, 2018.