



Quitarnos los miedos

Hacer comunicación en tiempos de coronavirus,
aislamiento social y pandemia informativa

ADALID CONTRERAS BASPINEIRO



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

CONTRERAS BASPINEIRO

QUITARNOS LOS MIEDOS

Hacer comunicación en tiempos de coronavirus,
aislamiento social y pandemia informativa

Adalid Contreras Baspineiro

QUITARNOS LOS MIEDOS

Hacer comunicación en tiempos
de coronavirus, aislamiento social
y pandemia informativa



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

QUITARNOS LOS MIEDOS

Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

© 2020, Adalid Contreras Baspineiro

Primera edición:

© 2020, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Quito, noviembre de 2020

Producción editorial: Jefatura de Publicaciones, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Annamari de Piérola, jefa de Publicaciones

Shirma Guzmán, asistente editorial

Patricia Mirabá, secretaria

Corrección editorial: Eurídice Salguero

Diseño y diagramación: Juan Manangón

Diseño de portada: Adriana Pozo Vargas

Fotografía de portada: Pexels.com

ISBN Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador: 978-9942-837-27-1

Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Toledo N22-80

Quito, Ecuador

Apartado postal: 17-12-569

Teléfonos: (593 2) 322 8085, 299 3600

Fax: (593 2) 322 8426

Correo electrónico: uasb@uasb.edu.ec

www.uasb.edu.ec

La versión original del texto que aparece en este libro fue sometida a un proceso de revisión por pares, conforme a las normas de publicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Al Isaac, al Emilio y al Ignacio,
por quienes estamos aquí,
codo con codo...
quitándonos los miedos

Índice

Presentación	11
Prólogo	15
Codo con codo	19
Capítulo I	
Condiciones de reproducción social, de relacionamiento y de comunicación en tiempos de coronavirus	27
Condiciones de reproducción social:	
Un mundo de incertidumbres	27
Condiciones de relacionamiento:	
Distanciamiento y aislamiento social.....	36
Condiciones de comunicación: Pandemia informativa.....	40
Capítulo II	
¿Cómo nos estamos (in)comunicando en tiempos de pandemia? ...	49
Espacios de comunicación	49
Construcciones discursivas.....	52
Capítulo III	
Construyendo procesos de comunicación para la vida	55
Comunicación con sentido(s).....	56
Comunicación en situaciones de crisis.....	60
Procesos de comunicación en tiempos de COVID-19.....	62
Dimensiones de la comunicación	65
Capítulo IV	
Comunicación educativa para inventarnos otras formas de convivencia	67
Mediación pedagógica	67
Aprendizajes significativos.....	69
Mediaciones con sentipensamientos	73

Capítulo V	
Información trascendente para la vida	79
Los hábitos de consumo mediático en tiempos de coronavirus.....	80
Principios.....	84
Interacciones multimediáticas	91
Comunicación del conocimiento científico en situaciones de crisis ..	99
Infomercadotecnia social	103
Capítulo VI	
Gestión de la comunicación en tiempos de COVID-19	107
Predicar con el ejemplo	108
Ámbitos de la gestión de la comunicación	115
Capítulo VII	
Comuniquemos esperanza	119
Transiciones de la cultura del silencio a la cultura de la esperanza..	120
Existen caminos para la esperanza.....	125
Capítulo VIII	
Estrategando en tiempos de pandemia	137
Los puntos de prospectiva	137
Situación desencadenante.....	141
Elegir escenarios.....	142
Su majestad, los sujetos sociales	145
La construcción del discurso en tiempos de coronavirus.....	151
Planificar discursividades.....	159
Seguimiento de los procesos de comunicación	160
Capítulo IX	
La vida después del coronavirus	165
Somos constructores de nuestra propia destrucción	166
Cuando creíamos tener las respuestas nos cambiaron las preguntas.	167
Todos por igual, ni más ni menos humanos.....	168
El retorno del Tercer Mundo.....	169
Los de la calle.....	171
Los bestias	172
Los que fueron.....	175

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

El reencuentro de la justicia y la libertad	176
Nuestra casa común	178
Pandemia informativa.....	179
Mirarnos en el espejo de nuestras vidas.....	184
Epílogo: De los miedos a las esperanzas	187
Bibliografía	191
El autor	197

Presentación

En esta ocasión, el colega y amigo Adalid Contreras Baspineiro comparte un libro interesante y propositivo, construido sobre la marcha, al amparo de la incertidumbre y el encierro a los que nos ha condenado el coronavirus, mal poderoso y agresivo, que al tiempo que ahoga los pulmones del cuerpo humano y asfixia al sistema económico, permite dar un respiro al planeta, así como evidenciar verdades de peso, viejas y nuevas. Se trata de un llamado amigable desde el pensamiento social, una invitación a comprender de manera distinta la comunicación, más aún cuando se trata del producto de un ejercicio profesional en contexto de crisis como la actual, que no es solamente crisis de índole sanitaria, sino también política, económica, ambiental, social y cultural.

Este nuevo trabajo académico hace planteamientos de fondo para lograr una comunicación más humana e inclusiva, apegada a la realidad, con la sencillez de lo adecuado para orientar a la sociedad, sin aspavientos ni sensacionalismos, que con frecuencia hacen juego a los intereses del poder político y del mercado, ese espacio impersonal cuyo fin esencial es el lucro, por encima de cualquier consideración ética o de responsabilidad social y ambiental. En este sentido, la obra reclama la existencia de una política pública idónea que, entre otros propósitos, dote de sentido y certeza al convivir cotidiano, el espacio donde —codo a codo— se intenta avanzar, por encima de la adversidad.

Aprecia y dimensiona con precisión una pandemia informativa que está reproduciéndose entre nosotros, signo de la crisis comunicacional que se suma peligrosamente a la emergencia sanitaria. Aquella, lejos de contribuir al diseño de una respuesta compartida y potente para enfrentar al virus, debilita, desorienta y liquida la esperanza. El coronavirus ha permitido darnos cuenta de que la humanidad, prácticamente sin

excepción, mantiene una deuda social enorme con la vida, la dignidad y, obviamente, con el planeta; una obligación pendiente, cuyo garante principal es el Estado como estructura y epicentro de autoridad pública, manifestación palmaria de la sociedad políticamente organizada.

Nueve capítulos integran el libro, producto de la experiencia forjada en el trajinar de Adalid Contreras por diversos espacios de índole oficial, profesional, pero —sobre todo— académica, como docente-investigador y cientista social. Este conocimiento le confiere la autoridad y las capacidades para desarrollar este análisis de mucho contenido, vinculado con la vivencia de nuestro entorno latinoamericano, así como también una propuesta pertinente y oportuna con la perspectiva de favorecer procesos de socialización, aportar en la definición de sentidos de esperanza, fortalecer la resistencia y las estrategias de control del patógeno.

En conjunto, las partes que integran este trabajo exponen de manera equilibrada y directa los elementos del contexto de la comunicación actual, a la vez que establecen el marco de comprensión de la comunicación en medio de la crisis presente. Como es de esperar, también comparte el marco conceptual de la propuesta decantada en la lógica de buscar una «comunicación relacional», basada, por ejemplo, en la mediación entre el COVID-19 y la vida.

Destaco el aporte que trae el capítulo quinto, el cual contiene propuestas de información trascendente, tomando en cuenta el convivir de la familia en pleno confinamiento, y una serie de criterios para aplicar métodos de periodismo científico en situaciones de crisis y de infomercadotecnia social. El aterrizaje al mundo cotidiano en esta publicación ocurre por medio de diversos planteamientos a lo largo del texto, pero particularmente en el capítulo sexto, en donde se establecen las características de la gestión de la comunicación, sin obviar el rol central de los gobiernos como responsables de definir políticas en esta materia y sin dejar tampoco de reclamar la insustituible participación ciuda-

dana en este ejercicio de responsabilidad pública ante la sociedad. Las solidaridades múltiples evidenciadas en distintos espacios de la emergencia también son abordadas en este libro, así como algunos dispositivos básicos para planificar la comunicación desde su propio ámbito. El capítulo de cierre contiene reflexiones elaboradas en el confinamiento forzoso, en la perspectiva de imaginar la vida después del virus.

Nos encontramos ante unas páginas concebidas con equilibrio, que bien podrían funcionar como antídoto ante los miedos que aprisionan y paralizan a mucha gente al liquidar su ilusión. Fueron cocidas a fuego lento, paulatinamente, a golpe de conferencias impartidas en múltiples eventos no presenciales auspiciados por numerosas instituciones y organizaciones de variado nivel y naturaleza, con participación amplia de interesados en la materia, quienes han hecho aportes importantes. Por estas circunstancias, Adalid Contreras escribe con destacable desprendimiento: «este texto tiene autoría colectiva», y agrega: «Soy consciente de que es un trabajo inconcluso».

El autor aboga por sistemas de comunicación educativa libres de tentaciones difusionistas y prácticas mercantilistas, con el propósito de reinventar prácticas comunicacionales coherentes con la reinvención cotidiana de la vida —como sucede con nuevos modos de socialización y de encuentro impulsados por el COVID-19 cuando se impone la distancia física entre los seres humanos—, con voz y valentía, para construir esperanzas. Postula que cada sociedad y tiempo poseen sus particulares modos de comunicarse, una gran verdad con la cual comulgamos. Plantea, asimismo, que «codo con codo» es una forma contemporánea de comunicación, y no solo esto: también lo es de la organización y de la movilización individual y colectiva por la vida, del aislamiento solidario y de la comunicación que construye sentidos compartidos de vida y de esperanza.

Aunque pueda sonar contradictorio, lo más cierto en la época que atravesamos es la incertidumbre. Para superar esta situación se requiere del aporte sentido y claro de miradas diversas desde distin-

tos espacios de las ciencias sociales, de tal manera que podamos vislumbrar las complejas aristas de la emergencia, así como los posibles caminos para encontrar la luz al final del túnel. La vida sigue, hay que continuar haciendo comunicación, pero no de cualquier manera. Precisamente, esta obra del colega Adalid Contreras Baspineiro nos cae como anillo al dedo, pues al tiempo que busca llamar la atención sobre la importancia del mundo mediático y de la comunicación en contextos difíciles, brinda rudimentos y postulados que, ajustados a nuestra propia realidad, contribuyen a dotar de sentido, así como a reinventar ese enrevesado y vastísimo campo. Es innegable que corren tiempos de reinvención en casi todos los espacios individuales y colectivos, de nuevas interacciones entre las personas y la sociedad, la naturaleza, el mercado, el Estado y la arena internacional. Este fenómeno imparable deja a su paso nuevos retos, pero también oportunidades que debemos aprovechar en la perspectiva de redoblar esfuerzos para seguir construyendo, con valores y con principios universales, un futuro compartido, digno, incluyente y equitativo, sustentado en la realidad.

Nuestra casa de estudios de posgrado tiene un compromiso permanente con la sociedad plural y diversa andina y latinoamericana. Esta publicación se enmarca en el espíritu de la misión que nos guía e impulsa a crear conocimiento y propuestas con enfoque crítico, y es por esto que hemos decidido auspiciar este libro de uno de los destacados integrantes de la comunidad universitaria, a quien expresamos una sincera enhorabuena por haber emprendido esta tarea del intelecto, con decisión y corazón.

CÉSAR MONTAÑO GALARZA

Rector

Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Quito, 5 de mayo de 2020

Prólogo

El batir de alas de un murciélago en el otro lado del planeta ha tornado evidente nuestra maravillosa, compleja y fluida interconexión. Ha colocado en el centro de la escena mundial a la ciencia y a la comunicación. Nos ha mostrado cómo la naturaleza encuentra siempre la manera de defender la vida, mal que nos pese en esta ocasión. Ha cambiado de plano la mayoría de nuestras prioridades e incluso muchos de nuestros antiguos valores, que en el contexto actual ya no merecen consideración por irrelevantes o por desmesuradamente erróneos.

Esta evidencia ha llegado a nuestra vida cotidiana. Almuerzo con nosotros cada día y nos llena de angustia o de sosiego en oleadas que no estamos habituados a manejar. No vemos enfrentados a tener que inventar(nos) desde el encierro nuevas formas de comunalidad.

Resulta que el meollo, aquello de lo que no nos habíamos percatado aún con suficiente hondura, es que nuestra acción hace emerger al mundo. Cuidense, cuidémonos, «cuidarte es cuidarnos»,¹ porque así estamos siendo cada día, indefectiblemente unidos, pues lo que yo haga / lo que otros hagan son lo mismo, apenas briznas de la misma trama planetaria. «No corras más que ya no hay dónde huir, de esta piel no te escapás».² Esta vez —al fin— conversarás contigo para conversar conmigo y conversarás conmigo para conversar contigo.

Verás como nunca antes los efectos devastadores de nuestra miserable y angurriente acción sobre el planeta. *Lo uno roto* es el título de un escrito que imaginamos, pero nunca llegamos a completar con

1 Campaña del Ministerio de Salud de Argentina frente a la pandemia del COVID-19.

2 Alejandro Balbis, «El lugar», en *El Gran Pez* (2009), CD.

mis amigos del Pensamiento Ambiental Latinoamericano, inspirados en el mismo «buen vivir» que menciona Adalid en este libro:

Tendremos que mirar en la sabiduría de nuestros pueblos, aquellos que proclaman el *Suma Qamaña* aimara, el *Sumak Kausay* quechua, el *Tekoporá* guaraní, el *Machal'al* maya, el *Küme Mongen* mapuche, el *Lekil Kuxlejal* tsotsil y tzeltal chiapanecos, como el buen convivir o la vida espléndida, donde vamos todos juntos, sin que nadie quede atrás, en procesos de convivencia comunitaria y de armonía individual, social y con la naturaleza y el cosmos.³

Trabajo en la comunicación desde los nuevos paradigmas. Pensar desde allí a la comunicación implica, entre otras recapitulaciones ineludibles, comprender el latido de lo fractálico en lo comunicacional. La teoría de la comunicación estratégica enactiva formula una redefinición de la comunicación en términos de encuentro en la diversidad, un cambio social conversacional que hace emerger nuevas realidades en su devenir.⁴ Venimos sosteniendo que para comunicar en el siglo XXI ya no basta con decir algo. La acción comunicacional actual no se agota con los repertorios o los inventarios de lo no sabido, lo que el otro no tiene o no dice o no puede, porque se trata de una mirada enfocada en la vinculación intersubjetiva micro o macrosocial, siempre cambiante, siempre fluida, capaz de reconocer y de operar la multidimensionalidad de la comunicación en cada lugar.

Es un pensamiento y una acción en torno a la comunicación actual que nace y está creciendo en Latinoamérica, desde las venas abiertas. Un pensamiento y una acción comunicacional que aportan ya no en la dirección eurocéntrica del dominio, sino en la considera-

3 Ver p. 179.

4 Al respecto ver Sandra Massoni, «12 años de investigación en comunicación estratégica», *La Trama de la Comunicación*, 8 (2003) y «Metodologías de la comunicación estratégica: Del inventario al encuentro sociocultural», en *Ingeniería en comunicación social y comunicación estratégica*, coords. Jesús Galindo Cáceres y Octavio Islas Carmona (Rosario: Homo Sapiens Ediciones, 2013).

ción respetuosa de la alteridad, siempre presente en el saber ancestral de nuestros pueblos originarios. Aparece el cuidado como nodo de una perspectiva estratégica que no se despliega desde la imposición, sino desde la articulación.

El texto de Adalid se enfoca en las emociones y se suma a una exploración ineludible cuando se aborda lo comunicacional y no solo lo comunicativo. Todo encuentro en la diversidad se despliega estratégicamente desde sus propios autodispositivos colectivos; por lo mismo, convocar al otro a participar implica necesariamente respetarle en su alteridad, lo cual no ocurre cuando se lo aborda desde las teorías clásicas. Los comunicadores estratégicos proponemos realizar un desplazamiento desde lo semiótico hacia lo simbiótico, entramados en los territorios desde el encuentro de nuestros propios cuerpos, como uno de los avatares del comunicador actual: «Nos hemos comportado como parásitos del planeta Tierra y estamos matándolo a la vez que matándonos con él. Los comunicadores estratégicos nos estamos ocupando de reconsiderar este vínculo».⁵

En esta dirección, celebro la afirmación de Adalid cuando dice: «En un mañana ojalá cercano, cuando hayamos salido de este trance global que jamás de los jamases soñamos (sobre)vivir, nos encontraremos en un mundo al que entre todos tendremos que aprender a mirar desde otra perspectiva, la de la vida digna, si no queremos que se repitan las condiciones de reproducción y de comunicación que nos han puesto al borde la tragedia».⁶

Hastados de las experiencias deshumanizantes que sufren los pueblos de nuestro continente, los comunicadores latinoamericanos estamos llamados a sumarnos a esta acción mancomunada y solidaria que renace desde el Sur con renovada esperanza humanista. Allí

5 Sandra Massoni, *Avatares del comunicador complejo y fluido: Del perfil del comunicador social y otros devenires* (Quito: CIESPAL, 2016), 55.

6 Ver p. 165.

se inscribe la invitación principal de este libro, como un participar en el milagro de «haber aprendido a encarar un cambio civilizatorio»:

Otro mundo emergerá de los escombros que deja la pandemia. Tenemos que trabajar para que sea un mundo no solamente otro, sino un mundo donde quepamos todos, sin exclusiones, con dignidad, sin injusticias, con igualdad, sin opresores, con libertad, sin egoísmos, con convivencia en comunidad, sin una voz única, con coros plurilingües de esperanzadora utopía. Está en nuestros corazones concebirlo y en nuestras manos diseñarlo, construirlo y habitarlo.⁷

Y hacia allá vamos a «quitarnos los miedos», juntos, codo a codo.

SANDRA MASSONI
Directora de la Maestría de Comunicación Estratégica
Universidad Nacional de Rosario
Abril de 2020 en Rosario, Argentina, al sur del Sur

7 Ver p. 166.

Codo con codo

*No es preciso que sea mensajera.
La paloma sencilla en tu ventana
te informa que el dolor
empieza a columpiarse en el olvido.*

MARIO BENEDETTI

La crisis del coronavirus ha destapado nuestras carencias de inversión en salud y ha puesto en evidencia la precariedad de nuestros servicios de atención sanitaria. También ha visibilizado la deuda histórica con ciudadanos condenados a la exclusión y a la pobreza, demostrando que su vulnerabilidad refleja, al mismo tiempo, la fragilidad de nuestros países y sus modelos desarrollistas anclados en los cánones desigualadores de la economía de mercado. Las polarizaciones políticas que quieren sacar rédito proselitista del momento de incertidumbre, enredando las soluciones que necesitan ser construidas en tareas de conjunto guiadas por la ideología de la vida, se confabulan junto con la precariedad sanitaria y la pobreza para el avance arrasador de la pandemia.

En forma paralela a esta crisis, o mejor dicho como parte de ella, se desarrolla otra: la comunicacional, una pandemia informativa, por las formas como nos estamos (in)comunicando en tiempos de coronavirus. Se trata de una «infopandemia» compuesta por el predominio de estilos sensacionalistas, de propósitos publicitarios difusionistas, de *fake news* y de autoritarismos desde el campo de la emisión, con sobreinformación que atosiga. Esta pandemia tiene que ser erradicada a la par que el COVID-19, porque su efecto negativo en la reproducción social en tiempos de aislamiento se ha convertido en una realidad no-

civa, tanto para los procesos de socialización como para la construcción de sentidos de esperanza, resistencia y combate al virus.

En este propósito se inscribe este trabajo, que en su primera parte muestra el contexto de reproducción social, en el que una pandemia de características desconocidas para la ciencia, combinada con actitudes anómicas e individualistas y con los reflejos de una economía de mercado inventada para el lucro a costa de la generación de pobreza y depredación de la naturaleza, forman la tríada perfecta para la tragedia.

La segunda y la tercera parte establecen el marco de comprensión de la comunicación en situaciones de crisis extrema, como es una pandemia. También delimitan la consideración de los espacios de comunicación, las formas de construcción del discurso, la concepción de la comunicación en situaciones críticas y la definición de las situaciones de comunicación, es decir, de los espacios en los que se construyen los sentidos sociales en tiempos de coronavirus.

La cuarta parte versa sobre el carácter educativo o de mediación pedagógica, esencia de la comunicación en situaciones de pandemia. Este capítulo contiene el marco conceptual que sustenta nuestra propuesta de una comunicación relacional basada en mediaciones diversas, entre otras, entre el COVID-19 y la vida.

La quinta recoge propuestas de información trascendente y expone dispositivos validados para entablar batallas discursivas desde experiencias de comunicación y narrativas que promueven aprendizajes trascendentes para prácticas constructivas multimediáticas, sin sensacionalismo, ni *rating*, ni primicia informativa, adecuando programaciones a la rutina de convivencia en la vida familiar. También se establecen criterios para la aplicación de métodos de periodismo científico en situaciones de crisis y de «infomercadotecnia» social.

La sexta parte enfoca su atención en el establecimiento de las características de la gestión de la comunicación, al reconocer la cen-

tralidad de los gobiernos en la definición de políticas públicas y de comunicación, en tanto voz oficial encargada de liderar los procesos de contención y solución. No nos es posible entender una gestión oficial exitosa al margen de la participación ciudadana, en la que se compartan dinámicas de sustantividad democrática que incluya, de manera ordenada y coordinada, la participación de todos los sectores, sin exclusiones.

Por la importancia de encontrar caminos de superación de los miedos y de construcción de esperanzas, en el séptimo capítulo hemos recuperado las formas representativas de solidaridades múltiples que se están desarrollando en estos días de incertidumbre, como en las prácticas de convivencia en los hogares, experiencias de distanciamiento en las calles, iniciativas de vida colaborativa, políticas públicas sensibles a los pobres y, también, en formas de comunicación que median con los pactos por la vida.

Sin la pretensión de proponer un modelo de diseño de estrategias de comunicación, en el octavo capítulo hemos incluido algunos instrumentos básicos e imprescindibles para planificar comunicación desde la comunicación, en ejercicios sobre la marcha. Se necesita un horizonte y el reconocimiento de las trayectorias ciudadanas para las construcciones discursivas en el contexto complejo de la pandemia con sentidos comprometidos con la vida, cimentando esperanzas.

A modo de complemento, finalmente, en el noveno capítulo incluimos un documento con reflexiones desde el confinamiento, poniendo en papel nuestros imaginarios sobre la vida después del coronavirus. El epílogo abre el texto a nuevos desafíos para quitarnos los miedos y construir esperanzas desde prácticas solidarias.

La primera versión de este texto, publicado por la Fundación Latinoamericana Mediaciones,⁸ fue la base para conferencias virtuales

8 Adalid Contreras Baspineiro, «La comunicación en tiempos del coronavirus», *Mediaciones*, n.º 23 (2020): 1-10.

auspiciadas por entidades académicas como la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, o entidades continentales de comunicación educativa como Signis ALC, organizaciones de jóvenes como la Organización Democrática Mundial y varias instituciones nacionales públicas, privadas, de cooperación, medios de comunicación y organizaciones barriales y campesinas, con las que hemos reflexionado colectivamente sobre la comunicación en tiempos de coronavirus.

Estos eventos contaron con una nutrida participación virtual de académicos, estudiantes, periodistas, funcionarios de entidades públicas y municipales, comunicadores populares, líderes políticos y tomadores de decisión de diversos países, especialmente de nuestro continente. A la par de mis presentaciones, todos ellos desarrollaron intensas, cuanto enriquecedoras, experiencias de intercambio y debate de criterios, de prácticas y de propuestas, entre sí y conmigo, motivados por los temas que se exponían y otros sacados de sus propias vivencias e inquietudes. Por eso, en muchos sentidos, este texto tiene autoría colectiva.

He procesado diligentemente las distintas observaciones, preguntas, reflexiones y cuestionamientos planteados en estos eventos, así como de notas recibidas de amigos y colegas, escritas al calor de preocupaciones compartidas en la distancia territorial y cercanía virtual. Estos aportes, planteados fraternalmente, junto con criterios que nacen de asesorías a distintas organizaciones del continente en estos días de cautiverio y comunicación a distancia con la complicidad de Zoom, Jitsi Meet, Skype, WhatsApp y la plataforma Moodle, los he recogido para aclarar partes de mi escrito, profundizar otros o incluir los que faltaban. Soy consciente de que es un trabajo inconcluso.

Quiero destacar la contribución especial de colegas que han hecho posible la publicación de este trabajo. César Montaña Galarza, rector de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, y Christian León Mantilla, director del Área de Comunicación de esta

prestigiosa casa académica, provocaron, primero, la realización de una conferencia virtual y, luego, la escritura y publicación de este documento. Sandra Massoni, directora de la Maestría de Comunicación Estratégica de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina, destacada exponente de la comunicología latinoamericana, me honra con el prólogo. Yesid Fernández, comunicador social colombiano, militante de la comunicación popular, me regaló el diseño de la portada del libro. Los tres colegas, además de compañeros de viaje en la construcción de una Escuela Latinoamericana de Comunicación, son apreciados amigos con los que compartimos utopías. Virginia Piérola Mollinedo, exigente lectora de los borradores y coautora del contenido y de la forma que fue cobrando este trabajo hecho al impulso raudo de la coyuntura y la dinamicidad del confinamiento, me ha auxiliado para convertirlo en un espacio de reflexión y creación esperanzadora.

Hacer comunicación en tiempos de coronavirus precisa comprometerse con sistemas de comunicación educativa y, para desarrollar estos procesos, debemos empezar desaprendiendo las tentaciones difusionistas y las prácticas mercantilistas. Desde esta situación de desapego podremos encontrar formas para reinventar prácticas comunicacionales de la mano de la reinención cotidiana de la vida. Un buen inicio para ello es empezar a quitarnos los miedos, porque así estaremos en condiciones de construir esperanzas.

La llegada del coronavirus ha cambiado las formas cotidianas de expresar nuestros afectos. El apretón de manos y el abrazo, símbolos culturales universales de nuestros encuentros, han tenido que ser puestos en cuarentena porque el COVID-19 ha decidido que nuestras cercanías son su maligna manera de meterse en nuestras vidas para transformarlas socialmente en muertes que anulan las individualidades.

El COVID-19 nos ha obligado a guardar distancia, pero no ha podido condenarnos al silencio y a la distancia sin presencia, material o virtual, porque hemos aprendido a reinventar nuestros modos

de socialización y de encuentro. Cuando miro la calle desde mi ventana y la observo vacía, con un sol radiante, un cielo azul intenso, limpio, que ha ganado en su color natural y sus aromas de tierra con agua y vegetaciones, me cuesta creer que en ese paisaje que ha ganado vida, está ahora rondando la muerte. Otra rara paradoja.

En mi aislamiento, mis reflexiones se llenan de recuerdos, como si la historia y la vida fueran un acumulado de historias que se destacan y salen de su urna de papeles borrosos para hacer presencia en nuestros aquí y nuestros mañanas. Recuerdo los apapachos obligados en las horas pico del metro en Ciudad de México; o las horas interminables sin tiempo fijo del recorrido, paso a paso, de los vehículos en el centro de Bogotá; o las avalanchas humanas que recorren como aludes las calles del centro de Saõ Paulo; o el polifónico coro estridente de la urbe caribeña en el malecón de Santo Domingo; o los restaurantes llenos, siempre repletos de gente y de sabores celestiales, en la bella Lima; o el calor húmedo de las calles que se desbordan en grupos que comparten historias y un tereré en Asunción; o un café para jugar dominó en mesas instaladas en filas interminables de las bullangueras calles de La Habana, y los rostros siempre amables y apurados de las calles de Quito.

Son recuerdos de sociedades del bullicio que, cuanto más las pienso, concluyo en que cada sociedad y tiempo tienen sus particulares modos de comunicarse. Es por eso por lo que nuestros recuerdos tienen que salir de la nostalgia, para resucitar en los cambios de nuestro mundo y de la vida, ahora. Las formas de expresión de nuestros afectos están cambiando. Las conversaciones en voz alta con los vecinos inidentificables de un metro atrás o adelante en las filas que se forman en las calles, son diálogos de complicidades que necesitan ser expresadas para que sintamos que seguimos caminando una vida que no tiene dibujado su rostro de mañana, o que en realidad ha maquetado la vida de incertidumbre, y que para ganarla con certezas nece-

sitamos hacernos uno en la distancia. El coronavirus nos ha obligado a guardar distancia, pero no nos ha condenado al silencio.

Seguramente mañana, cuando la pesadilla haya pasado, volveremos al abrazo para recuperarlo como la significación más representativa de nuestros afectos, pero por ahora nos toca disfrutar de la contundencia de encontrarnos con signos, señales y significados que han ganado en nuevas resignificaciones y reconstrucciones de sentidos de vida compartida en la distancia. Codo con codo es nuestra actual expresión de complicidad que resignifica el apretón de manos y del abrazo, juntos. Es manifestación de afectos por lo vivido y, especialmente, por lo que se tiene que seguir viviendo, cuidándonos y construyendo futuro juntos. Codo con codo, más que tan solo un signo, es una forma de comunicación, es una construcción discursiva o una expresión de significados compartidos.

«Codo con codo» es la forma contemporánea de la comunicación, la organización y la movilización individual y colectiva en la lucha universal contra la pandemia, contra el aislamiento en soledad y contra la información que desinforma. Dicho lo mismo a la inversa, codo con codo es la forma contemporánea de organización y movilización individual y colectiva por un pacto para la vida, por el aislamiento solidario y por la comunicación que construye sentidos compartidos de vida y de esperanza.

He escrito este texto a la luz de esta forma contemporánea de mediaciones materiales y virtuales, codo con codo, en tiempos de paradojas entre el coronavirus de la muerte y la lucha por la vida, entre el aislamiento que aísla y el que acerca, y entre la información que desinforma y la que orienta.

El coronavirus no espera, está arrasando sin fronteras; por eso este texto ha sido escrito con la prisa del contexto y con la calma del confinamiento, argumento que no utilizo como excusa para justificar las reiteraciones, o sobreentendidos, o contradicciones, o deslices de

dedo, o inconsistencias que pueda contener, sino para señalar que aspiro —como su mejor destino— a que pueda convertirse en un «documento mártir», hecho para borrarlo, corregirlo, cuestionarlo, profundizarlo, reescribirlo. De eso se trata quitarse los miedos.

La Paz, abril de 2020

Condiciones de reproducción social, de relacionamiento y de comunicación en tiempos de coronavirus

Todo proceso de comunicación, en tanto fenómeno social, ocurre en un contexto histórico, social, cultural, económico, político y comunicacional determinado. La dinámica de este contexto, o momento histórico, determina las condiciones de reproducción de las sociedades, las condiciones de relacionamiento social y, también, las condiciones de comunicación.

Las características particulares de las condiciones de reproducción social y de relacionamiento constituyen el marco de realización de los procesos de comunicación, que ciertamente no ocurren en el vacío. Por el contrario, están cargados de historicidad, responden a dichos contextos y, en ellos, contribuyen a promover prácticas sociales y a construir sentidos de sociedad a partir de la producción, intercambio y apropiación discursiva.

Siguiendo esta línea, en este escrito vamos a caracterizar someramente las condiciones de afectación de COVID-19, las condiciones de relacionamiento en aislamiento y las condiciones en que se están desarrollando las acciones de comunicación.

Condiciones de reproducción social: Un mundo de incertidumbres

En situaciones de calamidad, desastre o pandemia, como es el caso de estos tiempos de coronavirus, hacer comunicación tiene que to-

mar en cuenta que el ambiente social está dominado por una sensación justificada de vulnerabilidad. Esta, a su vez, es producto de la incertidumbre provocada por el factor que altera negativamente la cotidianidad, desequilibrándola y poniéndola en riesgo.

En cualquier situación, no solamente de crisis, la incertidumbre es una realidad no previsible. En consecuencia, interpretar y asumir esta realidad incierta se mueve en el terreno de lo posible, por lo que es una tendencia lógica acudir a supuestos, o hipótesis, como adelantos de respuesta para ese estado de situación. Son realidades complejas que, como dice Morin, «se producen en el enmarañamiento de acciones, interacciones y retroacciones con dificultades empíricas que muestran que nada está aislado y que todo está en relación».⁹

Este es el ambiente de incertidumbre que vivimos en el tiempo de coronavirus. En palabras de Edgar Morin, «una vez más nos llegan incertidumbres sobre la realidad que impregnan de incertidumbre los realismos y revelan, de pronto, que aparentes irrealismos eran realistas».¹⁰ Hay más interrogantes que certezas y una necesidad humana de creer en que esta pesadilla terminará algún día y nosotros estaremos al final del túnel. En este proceso, en el que el futuro es incierto, se tienen que ir tejiendo verdades para avizorar alternativas. Las conjeturas tienen que dar paso a respuestas que necesitan ser conducidas para no derivar en vulnerabilidades. La incertidumbre puede ser un punto de partida importante para ir ideando respuestas que despejen las dudas y encaminen soluciones.

En situaciones como las que vivimos con el coronavirus, una de cuyas características es que es desconocido para los alcances de la ciencia médica, este ambiente podría tornarse dramático, porque lo

9 Edgar Morin, «Epistemología de la complejidad», en *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*, comp. Dora Fried Schnitman (Barcelona: Paidós, 1994), 421-42.

10 Edgar Morin, *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro* (París: UNESCO, 1999), 42.

que está en juego son vidas sujetas a la inestabilidad de las alternativas médicas. Y si bien se toman medidas sociales adecuadas para la contención de la pandemia, como la cuarentena, el distanciamiento social y otros relacionados con el cuidado personal, el ambiente de incertidumbre es propenso a ser dominado por el miedo, que visibiliza las dudas y pone en circulación los temores con respecto a la respuesta médica y a la capacidad en infraestructura, equipamiento de salud y bioseguridad para la atención de la pandemia.

El miedo juega un papel crucial en estas situaciones, entendiéndolo como una emoción que se caracteriza por una sensación de aversión al riesgo o la amenaza, y/o de temor ante la existencia o la percepción de un peligro, real o supuesto, presente o futuro.¹¹ Cuando este sentimiento no puede ser controlado y se hace colectivo y contagioso, por la presencia inminente de un peligro no explicado ni suficientemente racionalizado, se pasa a un estado intenso de terror o de pánico, convirtiéndose en una especie de miedo colectivo.¹²

Recurriendo a Freud, Juan Antonio Barrera afirma que el miedo del individuo puede ser provocado por la magnitud del peligro o por la ruptura de lazos afectivos, del mismo modo que el pánico, que se produce por la intensificación del peligro que a todos amenaza o por la ruptura de los lazos afectivos que garantizaban la cohesión de la masa.¹³

Es en estas circunstancias de miedo individual o colectivo que en las personas se activa un mecanismo proteccionista de subsistencia, o instinto de supervivencia, que conduce a conductas gregarias, de primacía de sí mismo y su familia o de su entorno inmediato más cercano.

11 Juan Antonio Barrera Méndez, «El miedo colectivo: El paso de la experiencia individual a la experiencia colectiva». *El Cotidiano*, n.º 159 (2010). «Miedo». *Wikipedia*, 16 de junio de 2020. <http://es.wikipedia.org/wiki/Miedo>.

12 «Miedo colectivo». *Wikipedia*, 26 de julio de 2019. https://es.wikipedia.org/wiki/Miedo_colectivo/.

13 Barrera Méndez, «El miedo colectivo: El paso de la experiencia individual a la experiencia colectiva»: 5.

Priman las emociones, conductas y tendencias individualistas, muchas veces egoístas, lo que genera situaciones en las que las prácticas de solidaridad son relegadas y absorbidas por la fragmentación que funcionaliza las dinámicas colectivas a la prioridad de la propia seguridad y sobrevivencia. Es decir, se tiende a ser solidario en la medida en que la acción colectiva favorece la propia seguridad personal y, en casos extremos como la pandemia, la seguridad de la familia.

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

Otro factor que opera en estas situaciones de miedo es que, en el ambiente cotidiano, la apropiación del riesgo se asume con un sentido de ilusión o de evasión, convirtiéndolo emocionalmente en un hecho externo, ajeno, foráneo, que se espera no llegue, aunque se sabe al mismo tiempo que está tocando las puertas de cada vivienda.

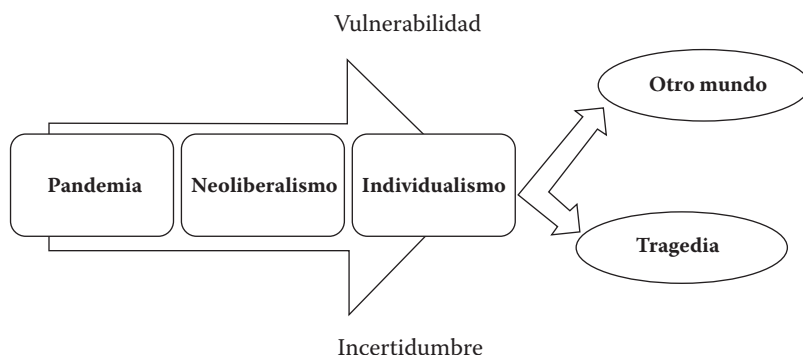
A diferencia de la anterior situación, en que se externaliza el problema, se podría adoptar una actitud de exceso de confianza que conduzca al descuido o a la justificación de la inexistencia de posibilidades para tomar previsiones. Este es el caso, por ejemplo, de la población en situación de extrema pobreza que, por sí misma, no tiene las condiciones para su protección y, por lo tanto, ilusoriamente o con resignación, minimiza el problema o justifica su anomia con argumentos tales como que se está haciendo una utilización política del tema.

Lo imperdonable de estas actitudes es que muchas veces están alimentadas por emisarios de la muerte, que minimizan o politizan el

problema valiéndose del ambiente de incertidumbre predominante. El resultado de estas y otras situaciones deriva en la construcción de un estado social de excepción, en el que la combinación de una pandemia de características poco conocidas con una situación de anomia individual y colectiva hace más difícil encontrar soluciones.

En el gráfico 1 vemos que, desde la perspectiva de la comunicación, es necesario definir las condiciones de reproducción social en las que se generan las discursividades respecto a COVID-19, tomando en cuenta las articulaciones entre tres factores estrechamente relacionados: 1. la pandemia, que es un fenómeno desconocido y global y nos encuentra en condiciones totalmente precarias en equipamiento de salud y bioseguridad; 2. los efectos perversos del neoliberalismo, que sigue funcionando con mecanismos reguladores de la economía de mercado, tales como la variación de precios en función de la demanda; y 3. los individualismos que se activan en grados extremos, como aspiración de subsistencia.

Gráfico 1
La tríada de la tragedia



Fuente y elaboración propias

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

Vivimos, sin duda, una situación de crisis, que la entendemos —en palabras de Helena López-Casares— como «un cambio en el ritmo normal de los acontecimientos, un giro inesperado de rumbo o un asunto insólito que aparece sin previo aviso»¹⁴ y, añadimos, desarregla el orden social, descontemporiza las acciones y nubla el horizonte.

Tiempos de pandemia como el coronavirus expresan la situación de crisis que generan, por ejemplo, al desnudar no solo las limitaciones humanas sino también las carencias en inversión y en equipamiento e infraestructura de salud y bioseguridad. Una crisis que se agudiza, en este caso, porque no se conocen con exactitud los modos adecuados para impedir con eficacia su expansión y tampoco se tienen consignados todavía los recursos para su curación. Se trata, entonces, de una crisis integral, humana, económica, técnica, organizativa y científica.

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

La pandemia, que podría ser conceptualizada haciendo un corte en el tiempo, en un momento específico de la historia, tiene además que ser situada en los tiempos largos de una arraigada economía de

14 Helena López-Casares Pertusa, «Coronavirus: ¿Crisis sanitaria o crisis de comunicación», *The Conversation*, 3 de marzo de 2020, <https://theconversation.com/coronavirus-crisis-sanitaria-o-crisis-de-comunicacion-132897>, párr. 3.

mercado. La mencionada tríada ha mostrado el rostro inhumano de un sistema no normado que se regocija con el ocultamiento de productos y la subida de precios de los artículos necesarios para combatir la pandemia y de los alimentos; con el bloqueo a soluciones de conjunto, como el acceso a los centros de aislamiento para los casos comprobados de COVID-19; con el abandono de mascotas en las calles porque alguien dijo que son transmisores del virus; con los muertos en las calles; con la búsqueda de preferencias desmedidas por parte de algunos en las concesiones económicas que se agudizan con la crisis, evidenciando así que la vida importa menos que el capital y que la colectividad es un valor de uso secundario frente al individualismo.

En algunos casos, estos tiempos de coronavirus son concurrentes, además, con coyunturas electorales. Esto no constituye una buena combinación para posicionar un sentido válido de la vida, porque ambos se disputan el centro de atención y todo lo que tocan se convierte en un bien transable en votos. Su encuentro acaba convirtiéndose en una pésima coincidencia porque, en la lucha contra el coronavirus, todo lo que se hace o deja de hacer se confunde con proselitismo político.

Definitivamente, no combinan bien, por lo que uno de los dos debería entrar en receso. Y como no depende de una decisión política que el coronavirus salga de nuestras fronteras, lo más factible sería plantearse una pausa o cuarentena electoral. Pausa que implica frenar las campañas y redefinir fechas del proceso electoral, con un acto de desprendimiento de cada frente político, quitándose por un tiempo sus camisetas partidarias para ponerse la de su país, de modo que todas y todos, unidos, combatan material y virtualmente la pandemia, que se ha convertido en una amenaza que desnuda las fragilidades de los países en el campo de la salud, de la coordinación interinstitucional, de las relaciones internacionales y de la empatía con las ciudadanías.

Harari afirma que se están reescribiendo las reglas del juego por la vigencia de dos elementos: «primero, que no hay nada predeterminado en la manera de lidiar con esta crisis y que hay muchas opciones, no una sola y, segundo, que las decisiones que tomemos tendrán un impacto durante años y décadas y reconfigurarán el planeta». ¹⁵ Es decir que, definitivamente, debemos considerar el tema en la coyuntura actual y en sus determinaciones como sistema en el largo plazo.

Jaime Breilh, reconocido médico ecuatoriano, dice que esta pandemia es una crisis que devela las realidades de sistema global económico y de la civilización moderna, sustentando su afirmación con cuatro argumentos sobre las pandemias del siglo XXI que han surgido como formas virales de recombinación genética. El primer argumento es que se trata de una pandemia que, sin ser la de mayor letalidad, ha tomado a las sociedades como navegando en una embarcación maltrecha, con filtraciones, sin cartas de navegación conocidas, por lo que estamos trabajando con una brújula desorientada o un modelo de salud pública equivocado. El segundo argumento desafía a entender sus formas de transmisión y configuración distintas, con una virulencia transclasista, que afectará en el mediano y largo plazo a las clases sociales más depauperadas. El tercer argumento es una condición de incompetencia o de debilidad de los aparatos públicos en el modo de detectar el problema con información oportuna, que permita actuar de manera adecuada y superar el diseño de salud asistencial, de consultorio, individual, para llegar a un paradigma de determinación social. Finalmente, hay una ausencia de políticas de equidad y una falta de articulación con las organizaciones sociales. ¹⁶

15 Yuval Noah Harari, «Estamos presenciando experimentos en millones de personas», *Clarín*, 6 de abril de 2020. https://www.clarin.com/cultura/harari-historiador-coronavirus-presenciando-experimentos-millones-personas-_0_4d0WuF11J.html/, párr. 4.

16 Jaime Breilh, entrevistado por Canal Abierto, «Está servida la mesa para el virus», *Canal Abierto*, 7 de abril de 2020.

Estas son, someramente, las condiciones de reproducción social que definen las condiciones de comunicación para las construcciones discursivas en tiempos de pandemia. Las incertidumbres aumentan cuando se interponen preguntas relacionadas con el futuro después del coronavirus, por ejemplo, la situación de nuestros países en materia de empleo, liquidez, precios y otros, por los efectos de lo que parece inevitable: una recesión económica.¹⁷

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

Lo que sí debemos tener claro en los procesos de reproducción social en tiempos de coronavirus es que sufren las consecuencias de lo que advierte Lipovetsky:

Las investigaciones apuntan a que la génesis del virus está relacionada con el empobrecimiento de la biodiversidad: se rompe el equilibrio natural de las especies y esto hace posible la aparición de nuevos virus, como ya fueron el de las vacas locas o la gripe aviar. Lo que hay que cuestionarse entonces es el sistema de producción y consumo, que causa el calentamiento climático, la regresión de los bosques, la agricultura intensiva, la desaparición de especies.¹⁸

17 Por ejemplo, el Banco Mundial estima que el PIB de América Latina se contraerá en un 4,6 % debido a la menor demanda de los principales consumidores de materias primas y *commodities*, como son China y los países del G7, «Banco Mundial calcula que PIB de América Latina se contraerá en 4,6 %», *Página 7*, 12 de abril de 2020.

18 Elena Pita, «Gilles Lipovetsky, filósofo: Los medios deberían reducir la dimensión emocional de la información del coronavirus: genera pánico», *Expansión*, 6 de abril de 2020.

Condiciones de relacionamiento: Distanciamiento y aislamiento social

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

En la Venecia del siglo XIV, el aislamiento de personas y objetos sospechosos de portar la peste bubónica o peste negra se convirtió en la mejor fórmula para impedir la expansión de la pandemia provocada por dicha plaga. En aquel tiempo, el aislamiento duró cuarenta días, dando origen al generalizado concepto de la cuarentena. A partir de entonces, su aplicación, sin importar que dure menos o más días, ha sido frecuente en distintas ocasiones de pandemia y lugares. La fórmula se hizo universal, añadiéndole elementos propios del transcurso de los procesos históricos y de la magnitud destructora de cada una de las sucesivas pandemias.

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

El COVID-19 llega en la era de la información y la comunicación, en un momento en el que las agujas y los hilos de los medios y

de las redes bordan los centros, los bordes, los rebalses, los adentros, las latitudes, las longitudes y los polos del mundo, en una especie de tejido de filigrana, sin dejar prácticamente resquicio alguno librado a la posibilidad de la desconexión. Por el contrario, este es un mundo de infinitas conexiones que se expanden en múltiples direcciones sin tener un centro definido.

Es en este contexto de un mundo hiperconectado, transterritorializado y desmaterializado, que llega el coronavirus, obligándonos al distanciamiento y al aislamiento como una paradójica, aunque no inédita, pero sí inusual, forma de interrelación.

En realidad, esta experiencia llega a un terreno abonado, porque el internet y los celulares ya se habían encargado de individualizar las comunicaciones y de «pulgarizar» los discursos. Estos, no obstante, se inscriben en una soledad colectiva, cargada de ruido material y virtual, con una suma de gente y más gente, gente y vehículos, gente y tiempos sin pausa, especialmente en la dinámica vertiginosa de la vida en las ciudades que concentran ya al ochenta por ciento de la población del planeta.

Este aislamiento fue el mayor contribuyente para la individuación de las personalidades, para desde allí, de una conexión personalizada con las computadoras y los celulares, ir al encuentro con otras individualidades en las redes sociales. Estos son espacios que no construyen comunidad, sino básicamente una sumatoria de individualidades en procesos de casi comunicación¹⁹ y casi participación, que definimos como «la presencia multivariada que las personas logran mediante su interconectividad a sistemas virtuales de comunicación, donde producen y reproducen selectivamente información

19 John Thompson dice que las redes sociales son formas de *casi interacción*, porque no se mueven con los cánones tradicionales de las reciprocidades, sino que desarrollan intercambios simbólicos en comunidades virtuales.

múltiple e instantánea, sin el compromiso de correspondencias con sus interlocutores».²⁰

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

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

El COVID-19 ha obligado a guardar distancia, pero no ha podido condenar a las sociedades al silencio y a la distancia sin presencia, porque aprenden a reinventar sus modos de socialización y de encuentro. En algunos países, el llamado distanciamiento social abarca un metro y en otros dos, de un espacio que es garantía de vida y de complicidades, con formas de comunicación menos ajenas que las experiencias de estrujamiento cotidiano en las calles y avenidas con vecinos al paso, siempre al paso.

Las formas de expresión de los afectos están cambiando. Las conversaciones en voz alta con los vecinos inidentificables de un metro atrás o adelante son diálogos de complicidades que necesitan ser expresadas para seguir caminando una vida que no tiene dibujado su rostro de mañana. El coronavirus ha obligado a guardar distancia, pero no

20 Adalid Contreras Baspineiro, *Jiwasa: Comunicación participativa para la convivencia* (Quito: FES Comunicación, 2017), 34.

nos ha condenado al silencio. Las miradas, las señales corporales y de las manos han ganado una gran eficacia señalizadora y comunicativa.

Hablar de signos, significados y significaciones, haciendo referencia a un antes y un ahora, parece simbolizar una eternidad de tiempo pasado distante, cuando en realidad ese ayer es tan cercano como la arremetida del coronavirus, con el que pareciera que estuviéramos conviviendo décadas interminables. Será por eso por lo que ese ayer no necesariamente provoca nostalgia, sino que invita a desarrollar hoy otras formas de expresión de fraternidad, con cercanía en la distancia, disfrutando de la contundencia del encuentro con signos y señales que han ganado en nuevas resignificaciones y reconstrucciones de sentidos de vida compartida en la distancia.

Acaso la forma más generalizada en estos días sea el saludo codo con codo, que es apretón de manos y abrazo juntos, es manifestación de afectos por lo vivido y por lo que se tiene que seguir viviendo, y es también construcción discursiva, una expresión de significados compartidos. Más que un signo, codo con codo es la forma contemporánea de la comunicación, organización y movilización individual y colectiva en la lucha universal contra la pandemia, contra el aislamiento en soledad y contra la información que desinforma.

Otra forma de relacionarse que se afectó con la primacía, cuando no monopolio, de los vínculos comerciales son las relaciones internacionales. Existe un déficit sentido de acciones comunes entre países en favor de la vida. Hay un problema geopolítico que tiene que ser subsanado. Dice Juan Carlos Monedero que un país solo no puede dar respuesta a la crisis porque es demasiado pequeño para ello, pero que a la vez es demasiado grande para atender las demandas puntuales de su ciudadanía.²¹

21 Orlando Pérez, entrevista a Juan Carlos Monedero en *En Clave Política*, Telesur TV, 10 de abril de 2020, minutos 4:30 a 4:45.

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

Condiciones de comunicación: Pandemia informativa

No cambian su estilo, es lo que han aprendido a hacer, esto es lo que les brinda réditos, fama, audiencia e ingresos. El sistema comunicacional contemporáneo se diseñó así. Nuestro amigo Omar Rincón, destacado comunicólogo colombiano, lo llama «estilo futbolero»,²² porque las noticias se anuncian con la expectativa que crea la ejecución de un penal en el último minuto de juego. Solamente pónganse ustedes a pensar en cómo se están anunciando los incrementos diarios del número de afectados y de muertes por coronavirus en los noticieros radiales y televisivos.

La globalización trajo consigo la mercantilización de la comunicación y legitimó programaciones que aligeraron el discurso, su contenido y forma, a la par del aligeramiento de la vida. De esta forma, la búsqueda de la exclusividad, la primicia informativa, la banalización de los hechos y la espectacularización de la vida se impusieron como los dispositivos útiles de un estilo sensacionalista.

Claro es que esto, que también se denomina «estilo pop»,²³ en términos de la politóloga argentina Adriana Amado, proporciona *rating* y audiencia. Pero el problemita de su arrastre en tiempos de coronavirus es que este estilo hecho para el entretenimiento, la evasión y la distracción, se hace aliado de la pandemia, convirtiéndose

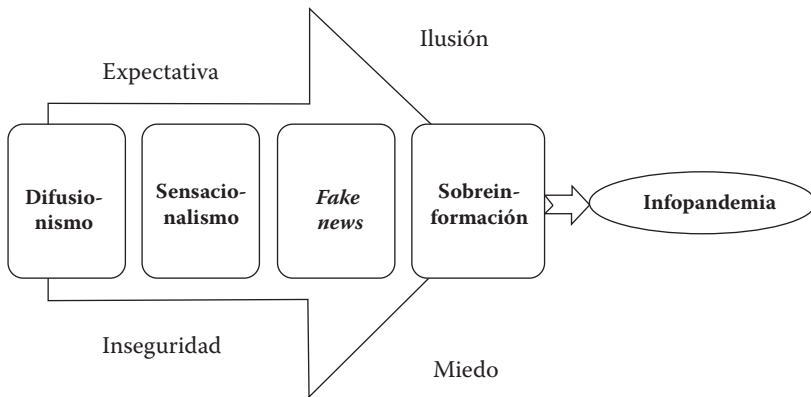
22 Sonia Santoro, entrevista a Omar Rincón, «Este virus no es un partido de fútbol», *Página 12* (Buenos Aires), 13 de abril de 2020.

23 Adriana Amado, *Política pop. De líderes populistas a telepresidentes* (Buenos Aires: Ariel, 2016).

en otra enfermedad, un virus comunicacional que tiene también que ser erradicado.²⁴

En la definición de las condiciones de comunicación en este tiempo, predomina la articulación de los factores que transitan entre la expectativa y la ilusión, que le hacen contrapeso a la incertidumbre y el miedo, como se puede observar en el gráfico 2.

Gráfico 2
Condiciones de comunicación



Fuente y elaboración propias

No se notan estrategias comunicacionales adecuadas por detrás de las piezas sueltas que lanzan los ministerios de comunicación, que responden a las coyunturas discursivas con más sentido reactivo que proactivo. Tampoco sus líneas discursivas están claras, pues pasan

24 En algunos países se desataron debates sobre la conveniencia o no de emitir programas de entretenimiento que mantienen sus formatos y estructuras con competencias entre equipos. Al final se los pudo sacar del aire, no por su sinsentido y su desalineamiento con la coyuntura de la pandemia, sino porque al aglomerar grupos de personas compitiendo en trajes deportivos o de baile, sin guardar distancias y sin protección, se arguyó que eran un ejemplo contradictorio a las medidas.

por la publicidad de las acciones gubernamentales, instrucciones sobre las medidas que se toman, piezas comunicacionales y declaraciones de algunas autoridades que, en lugar de acudir a la persuasión, recurren al autoritarismo y al amedrentamiento, pretendiendo combatir el miedo con más miedo, sin medir que estas fórmulas, más que a la obediencia, pueden llevar a la rebeldía o al pánico.

La abundancia redundante y saturadora de los espacios mediáticos con *spots* televisivos, cuñas radiales, *hashtags* y notas en Facebook y Twitter, y las repetitivas entrevistas, conferencias de prensa o comunicados de las autoridades, no suplen a una estrategia ni contribuyen a una información adecuada. En un ambiente ciudadano de alta expectativa por estar informados, o mejor dicho bien informados —en el sentido de contar con información oficial que contrarreste los rumores y notas generadas en múltiples espacios, sin tener certeza de la veracidad de sus informaciones—, es un absoluto contrasentido la presencia de autoridades, por ejemplo ministros, que actúan oficiosamente como voceros voluntarios, contradiciéndose a veces con sus pares o consigo mismos.

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

El sensacionalismo, que debería ser un estilo erradicado, no pierde presencia y banaliza la pandemia y sus manifestaciones sociales, culturales y espirituales. Sin verificar sus fuentes ni sus propósitos, vistas impactantes como las de muertos botados en las calles se presentan sacadas de contexto, con un sentido de espectacularización grotesca del hecho, del lugar, de las institucionalidades y de

la vida. Y estas son las notas que cunden en el imaginario del miedo fatalista, victimizante.

Cuando el espectáculo se mueve en el mundo de las emociones y las voluntades se agobian bajo el temor de la muerte por sobre la ilusión de la vida, dicen que la mirada de otras realidades extremas, que advierten lo que podría replicarse en las realidades propias, termina operando como un mecanismo disciplinador que conduce a conductas de responsabilidad obligatoria. Este procedimiento vendría a constituir un mecanismo de «condicionamiento aversivo operante»,²⁵ que utiliza el castigo como elemento correctivo de las conductas; o más exactamente, un tipo de «condicionamiento encubierto» que utiliza imágenes de refuerzo aversivo para modelar las sensibilidades y las conductas, por medio de elementos cognitivos como la simbolización, el lenguaje y la imaginación, lo que pone en interacción las conductas manifiestas y las encubiertas.²⁶

El sensacionalismo se caracteriza también por la búsqueda de identidad diferenciadora, una especie de estatus mediático, que conceden la primicia y la exclusividad. Al observar diversos medios televisivos del continente, encontramos que siguen anunciando que las entrevistas que difunden son exclusivas y, además, oficiales, como si esto fuera lo trascendente para el objetivo de salvar vidas. No se ob-

25 Término introducido por Burrhus Frederic Skinner, quien propone que las respuestas que se refuerzan tienden a repetirse, a diferencia de las que reciben un castigo, que tienen menos probabilidad de repetirse. Hoy se apela también al «condicionamiento instrumental», introducido por Edward Thorndike, quien sugiere que la conducta sirve de *instrumento* para conseguir un fin y se da por ensayo y error. «Condicionamiento operante», *Wikipedia*, accedido 13 de abril de 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/condicionamiento_operante/.

26 El *condicionamiento encubierto* se caracteriza porque basa su propósito de modificación de las conductas en elementos cognitivos, no observables directamente o encubiertos, por ejemplo, el pensamiento y la imaginación. En Oscar Castellero Mímenza, «Condicionamiento encubierto: Qué es, cuáles son sus fases, y técnicas», *Psicología y Mente*, accedido 13 de abril de 2020, <https://psicologiaymente.com/psicologia/condicionamiento-encubierto/>.

servan iniciativas colaborativas entre los medios, que siguen operando en el océano de competitividad que les impone «don *rating*», este señor que todo lo que toca lo convierte en dólares.

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

Reflexión especial en la definición de las condiciones de la comunicación merece el papel de las redes sociales. Como dicen María Teresa Zegada y Marcelo Guardia:

el uso de las redes sociales va configurando una nueva forma de colectividad que no necesariamente proviene de un vínculo físico directo, sino de la interacción de múltiples modos que, en interacción permanente, van generando no solo nuevas formas de actuar, construir mensajes colectivos y así afectar mutuamente las percepciones, sino también van creando un efecto mucho más potente denominado por Rheingold como las «multitudes inteligentes», que no son una mera sumatoria de adhesiones o participaciones sino nuevas formas de ser, de poder social, de sintonía cuyos resultados pueden ser inesperados.²⁷

Esta definición tiene muchos ángulos que superan de lejos la tentación de comprender las redes sociales solamente en el ámbito de su actualidad tecnológica, de sus posibilidades de hiperconexión sin centros definidos y de procesos en los cuales quien tiene acceso a un dispositivo puede operar como emisor y no solo como receptor. Las redes sociales generan formas de actuar, construyen colectividades, inciden

27 María Teresa Zegada y Marcelo Guardia Crespo, *La vida política del meme. Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica* (Cochabamba-La Paz: CERES / Universidad Católica Boliviana / Plural, 2018), 24.

en las percepciones individuales y colectivas, (re)mueven emociones y, en sus interacciones, forjan formas de ser con resultados no solamente buscados, sino también inesperados. En pocas palabras, las redes sociales son nuevas formas de estar, al habitar los espacios virtuales que se han convertido en factores de opinión, a veces con un sentido positivo de construcción social y, en otros casos, degradando constituciones socioculturales. Lo llamativo es que, en el balance, pesan más los factores negativos, especialmente en situaciones de crisis.

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

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

Las *fake news* se valen de estos estados de ánimo para jugar con crueldad con la gente. Cuando aparecen, dañan, se las desmiente a veces, pero permanecen para seguir golpeando y reproduciéndose sin control alguno. No es fácil distinguir si son ciertas o falsas, pese a que tienen como característica que desestabilizan el ambiente con una fuerte carga emocional que provoca alarma o sustentan la ilusión de encontrar salidas a la pandemia.

Hay varios ejemplos de noticias falsas; por ejemplo, en el mundo ilusorio: que el ajo cura el coronavirus, que untarse ajonjolí en la piel reduce el riesgo, que respirar humo bloquea la entrada del virus, o que hay que tener la boca y garganta siempre húmedas. En el plano estético y de la higiene personal, se ha afirmado que hay que afeitarse la barba porque allí se concentra el virus, o que se debe utilizar alguna prenda de plata porque es una barrera contra el virus. También hay *fakes* xenofóbicas, por ejemplo, que el coronavirus no nos puede dar a nosotros, porque no vivimos en China, o que el COVID-19 llega en paquetes enviados desde el Asia. Estos son solo unos pocos ejemplos de los ámbitos en los que se presentan, además de la inundación permanente de noticias sobre anuncios de medidas inexistentes, que incorporan en rumores elementos de temas que están en el sentido común y en la preocupación de los ciudadanos. Tiene razón Byung-Chul Han cuando afirma que en la época de las *fake news* surge una apatía hacia la realidad y causa conmoción.²⁸

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

Los medios tradicionales, en su afán por mantener a la población informada y alerta, «sin querer queriendo» están sobresaturando el ambiente de información. Ocurre un proceso de sobreenformación que tiene como una de sus características la producción y circulación de una vorágine de notas, no siempre conectadas, que se repiten o saltan de un lugar a otro, sin necesariamente mantener secuencia y continuidad. Peligrosamente, algunas notas informativas,

28 Byung-Chul Han, «La emergencia viral y el mundo de mañana», *El País*, 22 de marzo de 2020.

que por norma en situación de crisis deben basarse en fuentes oficiales, están acudiendo a los mensajes que circulan en las redes sociales, muchas veces sin fuente comprobada, para convertirlos en noticia. Con ello, además, se entranpan en el mundo de las emociones y no logran dar el paso con criticidad a la racionalización de los acontecimientos, es decir, a la activación de los sentipensamientos.²⁹

La sobreinformación, junto con análisis de «opinólogos» que aventuran criterios acerca de los temas elaborados mediante aprendizajes sobre la marcha —como cuando un politólogo se pone a hablar sobre temas de salud—, no siempre contribuyen a la búsqueda de salidas a la situación de incertidumbre. Lo que provocan, por el contrario, es sustentar la conversión mediática de la sobreinformación en ansiedades, en agotamiento y hasta en descreimiento de los programas informativos y de análisis, que tienden a volverse redundantes y repetitivos entre uno y otro medio. Este es el tiempo de la voz de los especialistas, especialmente de los del campo médico, de aquellos que hablan con certezas sobre lo que es la pandemia, sus efectos y los modos de resistirla.

Por todo lo expresado antes sobre las condiciones de comunicación, Gonzalo Arias dice, con razón:

El mundo está conmovido. Lo inesperado, lo impredecible, la incertidumbre sobre los alcances demográficos y temporales, la falta de certeza en la información a nivel mundial y los potenciales efectos mortales de un nuevo virus que ya alcanzó el estatus de pandemia, dispararon los temores y, por momentos, el pánico y la psicosis en la sociedad mundial.³⁰

29 El concepto de *sentipensamiento* fue recuperado por Orlando Fals Borda del vocabulario de pescadores del río Magdalena, quienes no entienden la vida sin sentirla y razonarla al mismo tiempo o, como ellos dicen: «creemos y actuamos con el corazón, pero también con la cabeza; y cuando combinamos las dos cosas, somos sentipensantes». Eduardo Galeano, en *El libro de los abrazos*, popularizó el término, el cual recuperamos por su pertinencia.

30 Gonzalo Arias, «Coronavirus: La comunicación en tiempos de crisis», *Infobae*, 15 de marzo de 2020.

¿Cómo nos estamos (in)comunicando en tiempos de pandemia?

En este capítulo vamos a analizar los espacios comunicacionales en los que estamos construyendo historias individuales y colectivas, familiares e institucionales de resistencia al COVID-19. Asimismo, exponemos características de la comunicación en situaciones de crisis, para establecer la propuesta de una estructura comunicacional en tiempos de coronavirus y que nos servirá para organizar las ideas que trabajamos en el capítulo sobre la gestión de la comunicación durante la pandemia.

Espacios de comunicación

Las condiciones de reproducción social, de relacionamiento y de comunicación analizadas en el capítulo anterior definen el ambiente comunicacional en tiempos de coronavirus. A este ambiente se lo denomina «espacios de comunicación» y está compuesto por relaciones discursivas, situaciones y prácticas de comunicación.

Los espacios de comunicación son los lugares en los cuales se crean y recrean las construcciones discursivas, tanto en sus formas de intercambio de mensajes, como en las prácticas sociales. En realidad, son los ámbitos sociales, culturales, políticos, espaciales, territoriales, virtuales, mediáticos y cotidianos donde se pronuncian, enuncian e intercambian los discursos.

Los hogares, los espacios públicos, los medios de comunicación, las escuelas, las plazas, las esquinas de las calles, los campos deportivos, las iglesias, los centros comerciales, las redes sociales, los taxis, los no-lugares o lugares de paso, en el camino, durante los procesos, entre otros, son espacios de comunicación que, según su propia constitución, funcionalidad, ubicación y ocurrencia en el tiempo, permiten particulares maneras de construcción, deconstrucción y reconstrucción discursiva.³¹

Durante este tiempo, tanto en las situaciones de comunicación, en las relaciones discursivas y en las prácticas sociales destaca con claridad un espacio: la familia. Esta no puede ser vista únicamente como el grupo social que cumple una cuarentena obligatoria ni tan solo como una categoría de socialización (el hogar), sino como el lugar y el actor fundamental sobre el que recae la posibilidad de encaminar las medidas de contención de la pandemia.

Néstor García Canclini escribió que las ciudades no son solo lugares sociodemográficos y espaciales, sino definiciones sociocomunicacionales³² que hablan, socializan, construyen y discurren discursos. Este mismo principio se aplica a la identificación de los espacios de comunicación que representamos en el cuadro 1.

Al interior de la familia, principal grupo primario de toda sociedad,³³ ocurren una serie de relaciones espirituales, actitudinales, individuales y sociales que la comunicación tiene que acompañar, porque la vida en tiempos de coronavirus no se acaba en sus características y afectaciones ni en las medidas que se toman para

31 Adalid Contreras Baspineiro, *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación* (Neiva-Bogotá: Editorial Universidad Surcolombiana, 2018), 151.

32 Néstor García Canclini, *Imaginario urbanos* (Buenos Aires: Eudeba, 2010), 89.

33 En nuestra comprensión, la noción de grupo primario trasciende su conceptualización tradicional como el primer grupo de referencia cercana de los individuos, para entenderlo en sus funciones de relacionamiento, apoyo y acción colaborativa para alcanzar conjuntamente, en familia, objetivos de beneficio individual y colectivo.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
 en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

enfrentarlo, ya que provoca una serie de problemáticas anexas que la comunicación tiene que acompañar, para resolverlas. Por ejemplo, en algunos países se ha denunciado que la violencia intrafamiliar se ha incrementado hasta el extremo de presentar más casos de afectación que la pandemia. En la otra vereda, la cuarentena ha servido para el reconocimiento y consolidación familiar, permitiendo un reencuentro de vidas y sueños. Definitivamente, en este tiempo, las familias no son solo un lugar concentrado de potenciales afectados por la pandemia, sino también hogares por construirse.

Cuadro 1
Situaciones, relaciones y prácticas

Situaciones de comunicación	Relaciones discursivas	Prácticas sociales
Intrapersonales, interpersonales, grupales, colectivas o masivas	Redes diversas donde se escenifican modos de relacionamiento directos o mediados	Espacios de interacción e intercambios entre sujetos que construyen sentidos atravesados por experiencias y mediados por discursos
<ul style="list-style-type: none"> • Subjetividades • Familia • Grupos / redes • Ciudadanos de un país • Ciudadanos del mundo 	<ul style="list-style-type: none"> • Hogar • Autoridades-ciudadanos • Vecinos • Medios • Redes 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidados personales • Distanciamiento y aislamiento social • Solidaridades • Resistencias / oposiciones

Fuente y elaboración propias

Las programaciones de los medios, por tanto, tienen que reescribirse para acompañar los sentidos que se (re)crean en estos espa-

cios, los hogares, que son a la vez emotivos, educativos, informativos, de entretenimiento, lúdicos y espirituales.

Construcciones discursivas

Dejemos aquí la apelación a los espacios para, desde ellos y sus constituciones, mirar otro ámbito de las situaciones de comunicación: el de las construcciones discursivas que se desplazan en el ambiente. En este tiempo, por lo menos tres tipos de mensajes están dominando el ambiente comunicacional de nuestros países.

Uno de ellos, que se presenta con una identidad y carácter universal, contiene «recomendaciones sobre los protocolos y las medidas de cuidado» necesarias para apelar a la responsabilidad individual y social de los ciudadanos. Estos mensajes se presentan en infinidad de formatos, idiomas y géneros comunicacionales y provienen de variadas fuentes, desde las oficiales hasta las de autoría polifónica, de voces voluntarias que encuentran en esta acción su forma de contribuir a la lucha contra la pandemia.

Si se realizara un inventario de estas iniciativas, nos encontraríamos con productos oficiales y privados en diversos idiomas; con la voz de las autoridades; con la imagen de reconocidas personalidades del mundo artístico, político y deportivo; con las recomendaciones de profesionales de la salud; con dibujos animados y canciones; con niños convocando a cuidarse y acatar las recomendaciones. En suma, en esta dimensión discursiva estamos en presencia de una constelación de creativas ofertas con el mismo mensaje.

Otro tipo de mensajes que domina el ambiente son los «comunicados oficiales» que se exponen verbalmente a diario, por lo general sin respaldo de recursos didácticos que permitan visualizar lo que se presenta. Muchas veces parecen responder más a la obligación gubernamental de transparencia o a la justificación de sus acciones, que

a la altísima expectativa y audiencia de la ciudadanía por su situación de incertidumbre.

En ese contexto, el retorno a la clásica nota de prensa y el uso de recursos visuales, como diapositivas o infografías con datos, son necesarios para superar la incomunicación que genera la lectura de cifras sobre cuántos barbijos fueron comprados y dónde; cuántas camas se tienen en determinados lugares; cuántos policías están resguardando las calles; cuántos camiones han sido destinados a la limpieza y desinfección, y otros datos que terminan con el anuncio de la evolución del número de infectados y de muertos, además de las recomendaciones para cumplir con las medidas.

La revisión de estos programas lleva a considerar dos elementos correctivos. El primero es preguntarse: ¿la población escucha realmente todo el mensaje? Tengo la impresión de que su expectativa, decodificación y posterior diálogo se limitan al incremento del número de afectados y de muertes. Si esto fuera así, los propósitos de transparencia tienen que acudir a otros recursos en los que sea posible visualizar, asimilar y procesar los datos estadísticos.

Otro elemento que los espacios oficiales deben incorporar es información esperanzadora sobre las iniciativas de solidaridad y respuestas oficiales y públicas que permiten mirar la situación con optimismo. Me refiero, por ejemplo, a los jóvenes que colaboran con los trámites de los ancianos, los emprendedores que fabrican cabinas de desinfección o las iniciativas municipales para llevar el mercado a los barrios.

El tercer tipo de mensajes que dominan el ambiente comunicacional visibiliza la «desesperación de las autoridades ante el incumplimiento de las medidas de distanciamiento y aislamiento social» que se han tomado, con variantes, en todos los países. Las piezas comunicacionales que circulan, por lo general bajo la forma de *spots* o entrevistas, muestran que ante la incapacidad de las autoridades para desarrollar acciones concertadas con la población, o por su incapa-

cidad para dialogar, y llevados por la urgencia en el cumplimiento de las medidas, acuden al recurso más obvio y sencillo, pero ineficiente: el autoritarismo y la amenaza de medidas extremas de sanción.

Bajo esta tónica, que les sirve de autojustificación, emiten mensajes de condicionamiento aversivo que buscan, mediante la amenaza, convencer sobre el acatamiento de las medidas. Las autoridades justifican el autoritarismo por la obligación que tienen de garantizar la salud del conjunto de la sociedad implementando tales medidas. Sin embargo, como ocurre en diferentes situaciones en las que se producen estos modos de relación, las poblaciones responden a estas acciones comunicacionales con prácticas sociales de mayor anomia y resistencia.

En tiempos de coronavirus, y en general, en todo tiempo, la comunicación debe empezar siempre situándose en los otros, para entablar diálogo con ellos desde sus condiciones de vida y desde sus percepciones, de modo que el encaminamiento de soluciones sea conjunto y compartido.

Capítulo III

Construyendo procesos de comunicación para la vida

La comunicación, como ya vimos, se hace en realidades situadas material y/o virtualmente. Se organiza y cobra identidad en las características del hecho social al que se está enfrentando y respondiendo con alternativas por la vida, que se construyen desde la práctica social y con la expresión de la palabra.

Entendemos los procesos de comunicación como las prácticas comunicacionales que se verifican y pueden ser reconocidas en el contexto de los hechos sociales. «Es decir: a situaciones de comunicación protagonizadas por actores, individuales o colectivos, en permanente dinamismo y situados en proyectos, en organizaciones, en instituciones, [...] en el espacio mediático, en la comunicación masiva».³⁴

De esto se desprenden las características de un proceso comunicativo adecuado y pertinente a la situación planteada por el coronavirus, enmarcado en las prácticas sociales. Para ello, en este acápite realizaremos una conceptualización de la comunicación para contextos de crisis, al igual que de los sujetos y sus roles, las construcciones discursivas y la estructura de los procesos comunicacionales necesarios para enfrentar la pandemia desde el campo de la batalla discursiva por los imaginarios sociales.

La comunicación es una disciplina con capacidad para articular las fronteras entre el mundo individual y el social, entre los espacios

34 Washington Uranga, «La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales», *Resistencia, Chaco argentino*, junio de 2018.

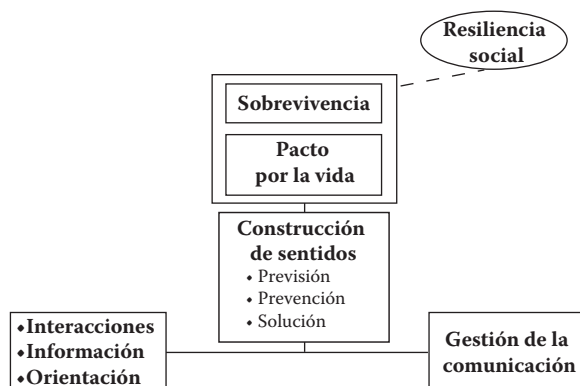
públicos y privados, entre el pasado, el presente y el futuro, y entre distintos campos, como la salud, la espiritualidad, la economía y la protección social. Por tal motivo, juega un papel en extremo importante en situaciones de crisis, tanto en sus fases de previsión, como en las de prevención y las de solución.

Comunicación con sentido(s)

Experiencias extremas como las que estamos viviendo confirman que el quehacer de la comunicación no se limita a la producción y al intercambio de mensajes, y menos todavía a su mera emisión. Es, por sobre todas las cosas, un proceso de construcción de sentidos de vida, resignificando o reconstruyendo los mensajes con los que se encuentra e intercambia sentipensamientos, conocimientos, actitudes, prácticas, imaginarios y esperanzas.

En el gráfico 3 se especifica nuestra conceptualización de la comunicación en tiempos de coronavirus.

Gráfico 3
Comunicación es...



Fuente y elaboración propias

En la base de la conceptualización identificamos dos formas de comunicación. Por una parte, está la concepción más tradicional de las interacciones e intercambios de mensajes entre emisores y receptores, mediados en este caso especialmente por actividades de información y de orientación. En este rol se destacan los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales, donde se desempeñan los informativistas, los factores de opinión y los *influencers*.

Por otra parte, y compartiendo la base del esquema, está la gestión de la comunicación, con el mismo nivel de importancia que la circulación y apropiación discursiva. Dado que la pandemia es un evento imprevisto, crítico, alterador del orden social, tiene que ser conocido y abordado con sistematicidad y rigor científico en las construcciones discursivas y en las prácticas sociales que, por definición, tienen como actor central y como la voz oficial al gobierno de cada país.

De la confluencia entre estos dos ámbitos, interacciones y gestión, emerge la comprensión de la comunicación como un espacio de construcción de sentidos sociales, culturales, políticos y espirituales. Asumir esta comprensión implica un desafío para los comunicadores, para —ojalá—:

alejarnos de lo comunicativo como único registro de nuestra tarea, de pensar a la comunicación únicamente como producto, de concentrar nuestras competencias en la transferencia, en lo ya terminado y logremos abrirnos a otra calidad comunicacional. Una en la que se reconozca el continuo y también las posiciones: para quién y para qué digo lo que digo. Qué racionalidad quiero impulsar en el mundo. Qué mundo quiero propiciar.³⁵

Estos procesos de construcción del mundo implican reconocer, indefectiblemente, el rol protagónico que cumple la ciudadanía y sus formas de construcción discursiva en distintos espacios, que no

35 Massoni, *Avatares del comunicador complejo y fluido: Del perfil del comunicador social y otros devenires*, 158.

son solamente los medios y tampoco son solo sobre los temas que se marcan en las agendas de la opinión pública. La comunicación se hace en la vida diaria de la gente y en todos los intersticios de su vivencia individual y colectiva, cultural y reivindicativa, es decir, en las «mediaciones», o «en el lugar donde es posible entender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción»,³⁶ en aquellas interfaces discursivas y de la práctica social que van a permitir, en estrecha interrelación con las ciudadanías, las medidas necesarias de previsión, prevención y solución.

Como se trata de enfrentar una crisis y combatir una pandemia, la coordinación del proceso desde un espacio oficial es fundamental, con la inclusión irrestricta de cuantos medios y espacios de comunicación puedan participar. Entonces, para que las acciones sean relevantes y efectivas, es ineludible el desarrollo de formas de coordinación entre todos los sectores de la sociedad, que deben ponerse al servicio del bien común superando ideologías, regionalismos, diferencias étnicas, de género u otras formas de identidad.

La comunicación en tiempos de coronavirus necesita realizarse con un «enfoque transmetodológico», que se nutre de la vida, la experiencia, las culturas y el mundo concreto, y se expresa en una «lógica multiléctica», articuladora de la praxis, la teoría, la ciencia y el pensamiento cotidiano.³⁷

En otras palabras, la comunicación construye mediaciones tendiendo puentes con nosotros mismos, con nuestro yo, con nuestro entorno familiar, con los vecinos, los paisanos, los humanos, el virus, la naturaleza, la vida y el futuro. En este sentido, siguiendo a Daniel

36 Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía* (Ciudad de México: Gustavo Gili, 1998), 20.

37 Effendy Maldonado, «La perspectiva transmetodológica en la coyuntura de cambios civilizatorios a inicios del siglo XXI», en *Metodología transformadora: Tejiendo la red en educación, comunicación, ciudadanía e integración en América Latina* (Caracas: Red AMLAT / Universidad Católica Simón Rodríguez, 2009), 32-3.

Prieto Castillo, afirmamos que «la comunicación en tiempos de coronavirus es esencialmente un proceso de mediación pedagógica» entre áreas del conocimiento y de la práctica, al activar la promoción de la organización y la participación y al sistematizar los aprendizajes significativos desde la vida misma.

El propósito de la comunicación en este tiempo es, sin exclusiones, un pacto por la vida para que, en el corto plazo, se garantice la sobrevivencia mediante la contención de los efectos destructivos de la pandemia. Más adelante, en un mediano y largo plazo, desde las formas colaborativas de lucha contra el COVID-19, su propósito será encaminar procesos de resiliencia social con diseños de nuevas formas de vida.

Cerramos este punto remarcando que la comunicación no se realiza solamente en los intercambios de mensajes, sino que, junto con estos, son parte de las prácticas sociales, culturales y políticas. Desde su particular misión de la construcción discursiva, aportan con sentidos, imaginarios y reales, de sociedad, es decir, con sentidos para la vida. Esto supone un paso de lo comunicativo a lo comunicacional, de la difusión a la relación, y de la palabra preestablecida a la palabra construida en las dinámicas de las sociedades.

La pandemia del coronavirus ha venido a demostrarnos la inviabilidad de aquella comunicación fabricada para discriminar al emisor de los receptores. El tiempo que estamos viviendo haría al maestro Luis Ramiro Beltrán volver a escribir que los modelos informacionales:

1. [...] son unilineales y erróneamente proponen la noción mecánica de la comunicación como transmisión de información de fuentes activas a receptores pasivos.
2. [...] se basan, además, en la noción errónea de que la comunicación es un acto, un fenómeno estático en el cual la fuente es la privilegiada (siendo que) la comunicación es en realidad un proceso en el cual todos los elementos actúan dinámicamente.
3. [...] inducen a confusión entre la información que puede transferirse por un acto unilateral y la comunicación que es diferente y más amplia

[...] ya que su naturaleza bilateral implica necesariamente interacción que busca comunalidad de significados o conciencia.³⁸

Beltrán contrapone estos modelos con la comunicación, a la que entiende como «el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación».³⁹ Como se ve, la comunicación horizontal no es solo lo opuesto de la vertical, sino que constituye otro paradigma.

Comunicación en situaciones de crisis

Un proceso de comunicación en situaciones de crisis, como la ocasionada por el coronavirus, tiene el recorrido que se muestra en el gráfico 4.⁴⁰

Si revisamos el proceso que sigue la pandemia, encontraremos que se desarrolla en una secuencia de afectación que empieza con la amenaza de que ocurra, coincidente con su presencia en otros ámbitos y la posibilidad remota o cercana de su importación. Recuérdese que cuando apareció en Wuhan se pensó primero que ese era su hábitat y su destino, como sucede con otras enfermedades que no se expanden o cuya posibilidad de expansión es controlada con las respuestas que la ciencia tiene ya establecidas. Sin duda, esto incidió para que, en el conjunto de países del planeta, la fase comunicacional y de las políticas públicas de previsión haya sido descuidada y, por

38 Luis Ramiro Beltrán, «Adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal», *Comunicación y Sociedad*, n.º 6 (1981): 10.

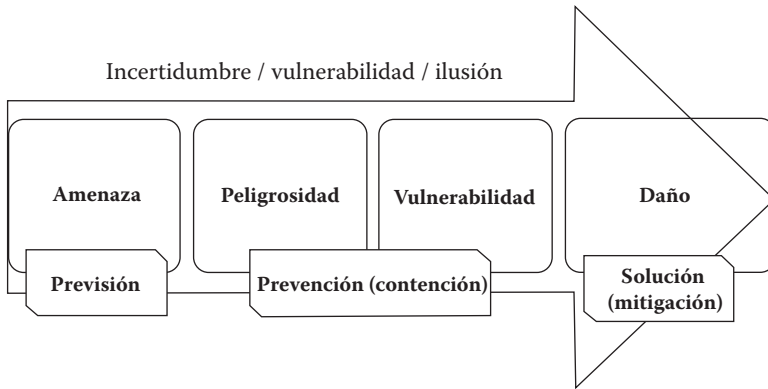
39 *Ibíd.*, 17.

40 Otras propuestas, como la de Helena López-Casares, consideran cinco etapas o fases de una crisis: la precrisis, la explosión, la expansión, la reflexión y el análisis, y el aprendizaje. López-Casares Pertusa, «Coronavirus: ¿Crisis sanitaria o crisis de comunicación?».

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

supuesto, desbordada, ante la evidencia de una propagación rauda y sin fronteras del COVID-19.

Gráfico 4
Momentos de afectación y de respuesta



Fuente y elaboración propias

La fase de peligrosidad de la pandemia representa de lleno la etapa de importación con enfermos que cruzaron fronteras desde algún lugar afectado por el virus. Muy rápidamente este origen ya no estaba solamente en China, sino en buena parte de los países asiáticos y europeos, y llegó con fuerza destructiva a nuestro continente, con el mismo ímpetu de la colonización de hace 500 años que diezmó a nuestra población a causa de la viruela.

La transmisión local de la pandemia pone en evidencia la vulnerabilidad de nuestras sociedades que, ante la carencia de recursos médicos para enfrentarla, acuden a fórmulas de organización y respuesta social. Las políticas públicas, las iniciativas ciudadanas y la comunicación pasan a una fase de prevención, que consiste básicamente en medidas de contención de los efectos de la pandemia, haciendo los más grandes esfuerzos para evitar su expansión.

La fase de expansión comunitaria y su desborde están relacionados con la generación de daños irremediables y de difícil control, en sociedades con raquíticas estructuras de salud. Desde el campo de la comunicación y de las políticas públicas y esfuerzos ciudadanos, se trabajan ya estrictamente soluciones médicas que, dada la severidad de la pandemia, giran en torno a su mitigación.

Procesos de comunicación en tiempos de COVID-19

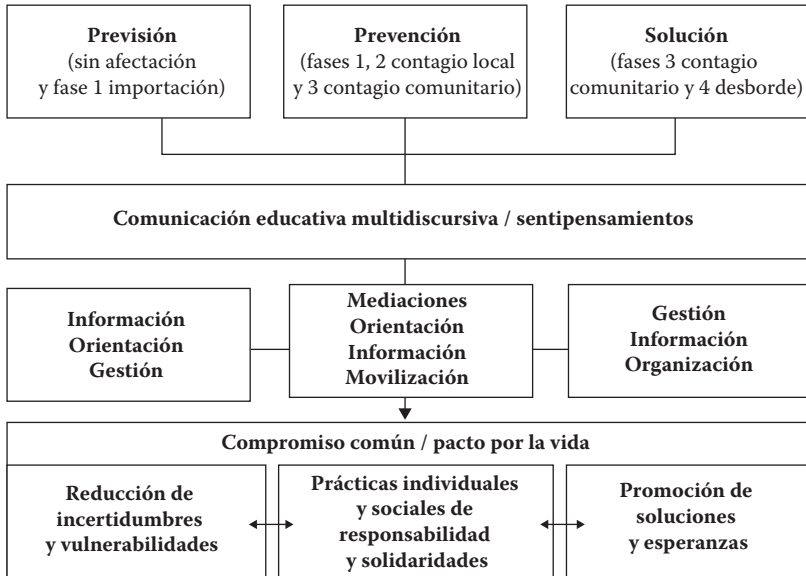
La gestión de la comunicación en situaciones de crisis y, por tanto, en tiempos de coronavirus, requiere organizar dimensiones para una lectura adecuada de la realidad cambiante. También, requiere desarrollar procesos de planificación sistemáticos y rigurosos, que permitan organizar las acciones en función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

El gráfico 5 presenta la estructura para organizar los procesos de comunicación en tiempos de coronavirus.

Las fases comunicacionales y de políticas públicas tienen cada una sus propias realizaciones. Para ser efectivo, su sentido comunicacional es esencialmente educativo, centrado en la construcción individual y colectiva de aprendizajes trascendentes, para lo cual acude a propuestas multidiscursivas y multimediáticas, que se conectan con los sentipensamientos ciudadanos, es decir, con sus sentimientos y sus razonamientos al mismo tiempo.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

Gráfico 5
Estructura de los procesos de comunicación



Fuente y elaboración propias

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

La fase de prevención da respuesta a la fase de transmisión local de la pandemia y la posibilidad de su evolución a la fase de transmisión comunitaria. Tiene la finalidad comunicacional de que las personas, individualmente, en familia y en sociedad, asuman con alta responsabilidad las medidas de higiene, distancia social y aislamiento en cuarentena

para contener la expansión del virus. Esto implica trabajar en mediaciones con los sentipensamientos de las personas y sus situaciones de comunicación, fundamentalmente para desarrollar en la vida familiar la responsabilidad individual y social en el cumplimiento de las medidas, así como expresiones de solidaridad que contribuyan a la contención de la pandemia. Se asume que, si no se logra este resultado, el paso a la siguiente fase de contagio podría tener consecuencias calamitosas.

En los tiempos de coronavirus, esta fase es decisiva para cumplir el objetivo de contener la pandemia y en la cual la comunicación tiene un rol fundamental, especialmente porque las medidas tienen carácter y contenido sociocultural.

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

En este escenario, los aportes de la comunicación están fuertemente supeditados a las condiciones de salud y respuestas médicas a la pandemia, tanto como a las decisiones políticas. La experiencia de los países donde se ha pasado a este nivel muestra que la comunicación se desborda del mismo modo que la pandemia, moviéndose en oscilantes fronteras con el sensacionalismo si no se saben manejar adecuadamente, por ejemplo, las vistas impactantes y las noticias alarmantes y desoladoras. Bajo estas condiciones, los sentimientos de vulnerabilidad vuelven a activarse, y con mayor profundidad, por la vivencia directa o cercana del daño. Aún en esas situaciones extremas, la comunicación es la llamada a construir esperanzas.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

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

Dimensiones de la comunicación

Situaciones de vulnerabilidad por incertidumbre condicionan el que los sentidos que construye la comunicación, y su propio sentido en tiempos de coronavirus, se desarrollen en distintos campos que están estrechamente entrelazados. Considero necesario trabajar mínimamente en los espacios que se exponen en el gráfico 6.

Gráfico 6
Procesos de comunicación



Fuente y elaboración propias

Por su concepción, la comunicación en situaciones de desequilibrio social es esencialmente educativa, con un sentido pedagógico relacional y acciones de orientación y acompañamiento, para asegurar aprendizajes, ya sea en las fases de previsión, de prevención o de soluciones. La comunicación acompaña los procesos de solución del problema, en sus distintas fases, pasos y medidas, alimentando en la población sentimientos constructivos, responsables y solidarios.

En situaciones como las que plantea el coronavirus, la comunicación cumple un rol informativo central, con un sentido crítico y orientador, presentado de manera oportuna, urgente y absolutamente realista y transparente. Las estrategias adecuadas son multidiscursivas, en la medida en que apelan a distintos géneros y formatos. También son multimediáticas, es decir que una construcción discursiva es compartida por distintos medios, cada uno de los cuales interviene desde su propia naturaleza y con sus lenguajes particulares.

A los gobiernos centrales, regionales y locales les toca jugar un rol decisivo, en tanto se convierten en la voz oficial que se responsabiliza de la construcción de las soluciones. Por consiguiente, tienen como condición *sine qua non* establecer lazos de coordinación con la sociedad, para conciliar en los deseos, en las expresiones y en los hechos la demanda de una tarea de todos.

La gestión de la comunicación cobra fundamental importancia con el impulso de estrategias comunicacionales y procesos de seguimiento y transparencia permanentes. Se realiza en un diálogo entre autoridades y ciudadanos, para tejer comprensiones, acuerdos, complicidades e involucramientos compartidos para las soluciones, con la dirección de una voz oficial que pregona con el ejemplo.

Comunicación educativa para inventarnos otras formas de convivencia

Siguiendo a Paulo Freire, que pone en el centro de atención de la educación a la acción creadora de las personas, podemos decir que la comunicación educativa no se concentra solo en producir y enviar mensajes, es decir, en difundir, sino que su preocupación principal es acompañar aprendizajes en el seno de las relaciones sociales. «La comunicación educativa implica trabajar mediaciones pedagógicas, aprendizajes significativos, útiles para la vida, y mediaciones multi-mediáticas», es decir, distintos espacios ciudadanos conectados con diversos medios.

Mediación pedagógica

La tarea comunicativa no se limita a producir y enviar mensajes, no es un problema de difusión. Su tarea fundamental consiste en promover y acompañar las prácticas sociales que desarrollan cotidianamente las personas, tanto en sus subjetivaciones individuales como en sus relaciones con otros y, en el caso de la pandemia, especialmente con su entorno familiar.

El acto educativo, o de mediación pedagógica, de la comunicación en tiempos de coronavirus supone encarar relaciones de diálogo y participación. También implica promover la creatividad ciudadana, acompañando y enriqueciendo las medidas oficiales, y enfrentar el desafío de una función relacional en la que el eje de la comunicación

son las prácticas de aprendizaje que promueve al compartir contenidos adecuados con métodos de relación pertinentes.

Daniel Prieto define que la mediación pedagógica, en su concepción y en su aplicación, conjuga tres elementos.⁴¹ El primero es «partir siempre del otro», es decir, del ser que está en situación de aprendizaje, obviamente conociendo sus sentipensamientos, en este caso en relación con el coronavirus, sus características y derivaciones, para engancharse con la apropiación discursiva de las poblaciones, desde sus propias condiciones de vida y partiendo de sus temores, propuestas y esperanzas.

En segundo lugar, la mediación «trabaja la información de manera pedagógica», superando la tentación del vaciamiento impositivo de noticias y datos que se justifican en el paradigma difusionista. Lo que se busca es apelar a experiencias, ejemplos y respaldos con recursos que siempre expresan hechos ciertos. Para ello es vital recordar que, más allá de la pertinencia de los contenidos y de las experiencias de relación dialogal, la forma de construcción y de intercambio de los mensajes juega un papel decisivo para garantizar la mediación pedagógica, puesto que la forma también educa.

El tercer elemento de la mediación pedagógica es la «incitación al aprendizaje», por medio de la motivación a desarrollar prácticas sociales. En el caso de la pandemia, esto implica instar al cumplimiento de las medidas; animar a la participación en acciones como la limpieza de las aceras de sus casas; destacar, reconocer positivamente y congratular por las responsabilidades individuales y colectivas demostradas por las poblaciones, considerando las posibilidades del contexto donde habitan. Hay que incitar a quitarse los miedos.

41 Daniel Prieto Castillo, «Mediación pedagógica en el espacio de la comunicación municipal», prietocastillo.com, accedido 16 de abril de 2020, <https://prietocastillo.com/textos/2/Mediaci%C3%B3npedag%C3%B3gicaenelespaciodelacomunicaci%C3%B3nmunicipal.pdf/>.

Aprendizajes significativos

Especialmente en los círculos estatales, y por supuesto también en los privados, la urgencia de la información suele llevar a aislar el mundo de la emisión del de la recepción, del mismo modo que separa los razonamientos de los sentimientos, o a las autoridades de los ciudadanos. Digámoslo claramente: hacer comunicación en situaciones de pandemia no consiste en saturar el ambiente social de mensajes, sino en garantizar su apropiación útil por parte de los ciudadanos que se involucran en las soluciones como individuos y como sociedad.

Se debe tomar en cuenta, por una parte, la interrelación entre autoridades y ciudadanos, asentándola en el elemental ejercicio de saber escuchar los temores, dudas, esperanzas, reclamos y propuestas ciudadanas, y de ponerse en su situación, es decir, colocarse en el lugar desde donde construyen sus discursos, y dialogar con ellos, reconstruyendo narrativas de preservación de la vida. La pregunta de partida es: ¿tienen todas y todos las condiciones mínimas para poner en práctica las recomendaciones más elementales que podrían impedir la propagación de la pandemia?

Como la respuesta más probable es que no, en las medidas procesuales que tomen las autoridades (suspensión de clases, limitación de los vuelos de y hacia algunos países, número limitado de concentración de personas, suspensión de actividades públicas, horario continuo, aislamiento en hogares a partir de una hora determinada, liberación de aranceles para la importación de productos, cierre de fronteras, cuarentena y otras) es imprescindible, en el campo de la comunicación, otorgar condiciones no solamente para el conocimiento de dichas medidas, sino también para conocer las posibilidades de la ciudadanía para implementarlas. De este modo, las experiencias de comunicación son generadoras del mutuo conocimiento entre autoridades y ciudadanos, de la contrastación entre las medidas tomadas y las posibilidades de su realización, del diálogo y

la búsqueda conjunta de alternativas. Más allá de la información y la orientación, la interpelación juega un rol muy importante en la previsión, prevención y solución.

En su función educativa, la comunicación visibiliza a la población, otorgándole el derecho a expresar su palabra, que muchas veces puede ser contestataria y demandante y que debe ser conducida también a un camino propositivo.

Para este cometido, los procesos de comunicación actúan promoviendo el acceso, diálogo, participación y convivencia de la población. También pueden incentivar acciones relacionales para entregar una información adecuada, orientaciones pertinentes y exposiciones de casos de las poblaciones que lleven a las autoridades a superar posibles *impasses* producto del ambiente de extrema vulnerabilidad por la alta incertidumbre.

Las situaciones de crisis y de pandemia son un terreno inexorable e ineludible de reconocimiento de una mayoritaria expectativa, expresión y apropiación de mensajes desde el mundo denso de las emociones. Muy difícilmente, sin un trabajo educomunicativo, la racionalidad primará por sobre las emociones. Por eso es necesario trabajar integralmente los sentipensamientos, es decir, el conocimiento a partir de las subjetividades, sensibilidades, espiritualidades, creencias, intuiciones e impulsos que empujan a actuar, en relaciones donde los sentimientos son inseparables de los pensamientos.

Por lo tanto, la comunicación en situaciones de coronavirus es más cuestión de mediaciones que de medios, o de construcción de imaginarios y sentidos de vida más que de transmisión de mensajes. En estos casos, los procesos de comunicación se realizan en el polo de la recepción, donde los sujetos están interactuando cotidianamente con sus propias subjetividades; con sus entornos sociales, culturales, políticos y espirituales; con la naturaleza, el cosmos y sus ilusiones, y están tendiendo puentes entre lo conocido y lo desconocido, lo vivido y por vivir.

Así, los temores y las dudas se entremezclan con los razonamientos en los acercamientos a la realidad con mirada de futuro, avanzando hacia él con intuiciones al mismo tiempo que con esperanzas y con decisiones argumentadas, en un terreno de complejidad e incertidumbre.

Un claro ejemplo de lo dicho lo constituye la resistencia de vecinos en varias ciudades a la habilitación de zonas de aislamiento en sus barrios para los casos comprobados de COVID-19. La primera reacción hacia estas actitudes, ciertamente reñidas con los propósitos de salubridad y condenables desde todo punto de vista, suele concentrarse en su enjuiciamiento como acciones inhumanas, cavernícolas, conspirativas o criminales. El Estado tiene dos maneras de resolver estos desacuerdos: por la vía coercitiva, si las razones fueran de orden político, o por la vía de la persuasión en cualquiera de las posibilidades.

En este espacio juega un rol decisivo la comunicación, que —al tener un sentido fundamentalmente educativo— se basa en el desarrollo de espacios de diálogo, con una mutua explicación de los temores, expectativas y acciones, a fin de llegar a acuerdos que conengan al conjunto de la sociedad. Un ramillete de *spots* difusivos no lograría jamás los mismos resultados que un proceso participativo de resolución de conflictos y de construcción de acuerdos. Como lo demuestra la realidad, la aplicación de las políticas gubernamentales, por más pertinentes y adecuadas que sean, como los hospitales centinela o el distanciamiento social, no van a funcionar sin la complicidad y el apoyo incondicional de las poblaciones.

En tiempos de coronavirus, la comunicación adquiere un sentido educativo, obviamente no en el concepto tradicional de la educación bancaria encerrada en la transmisión de conocimientos, sino más bien aquella centrada en los aprendizajes. Es positivo que se desarrollen, por todos los medios y en todos los formatos, experiencias de *periodismo tutorial*, que orienta sobre las medidas que se deben adoptar, con disciplina. Esto es bueno, es necesario y la reiteración no sobra.

Es necesario desarrollar un proceso de *bienpensar*, que permite «aprehender en conjunto el texto y el contexto, el ser y su entorno, lo local y lo global, lo multidimensional, en resumen, lo complejo, es decir, las condiciones del comportamiento humano». ⁴²

Por esto mismo, lo importante son los aprendizajes, es decir que la población asuma las recomendaciones con responsabilidad, con sentido de solidaridad, garantizando que cada uno, sus familias y sus comunidades sean parte de un compromiso colectivo por el bien común. Estos aprendizajes significativos, valóricos y prácticos, trascendentes, como decía Paulo Freire, son lecciones de vida.

En la situación que estamos viviendo actualmente con las medidas de aislamiento, que han implicado el cierre de los establecimientos educativos, en la generalidad de países se ha optado por desarrollar clases virtuales, tanto en el nivel de educación primaria, como en la secundaria y la universitaria. La coyuntura ha exigido aprendizajes sobre la marcha de las bondades tecnológicas del internet, aunque no se tuvo tiempo para la adecuación pedagógica que requiere este medio y que es distinta a la clase presencial, pero que es lo que se está replicando en la mayor parte de los establecimientos. Entonces, la adecuación de las propuestas a las capacidades interactivas del internet es una tarea importante.

Sin embargo, la tarea más urgente por ahora es resolver la incorporación de ingentes cantidades de niños y jóvenes que no pueden acceder al sistema por no contar con conexión a internet en sus hogares o por no poder pagar los costos. Por eso, la alternativa a la educación virtual es su prima hermana, la educación a distancia, especialmente por radio, valiéndose de la riquísima y fructífera experiencia latinoamericana de la educación radiofónica. Ahora más que nunca, en la época del internet, su importancia, con una propuesta educativa integral, es de primer orden.

42 Morin, *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro*, 51.

Este ejercicio, siguiendo a Pablo Ramos, implica «rescatar la memoria para mirar y crear el futuro [...] Educar para apropiarse de la historia y de la cultura [...] para el goce de la vida y para la significación».⁴³

Mediaciones con sentipensamientos

No se pueden dar por sobreentendidos los componentes del problema. El COVID-19 es desconocido y nuevo para todos. En consecuencia, cada medida que se tome debe contar con explicaciones acerca de qué se trata, para que se entienda y se asuma.

Tomemos como ejemplo que el propósito del país es evitar la transmisión comunitaria del coronavirus, lo que no depende de la emisión de un decreto, sino del desarrollo de acciones pertinentes entre todos. En este caso, la población tendría que saber que se trata de una fase avanzada de invasión de la pandemia, que ocurre cuando el virus ya camina en todas las direcciones y se arrima en todos los rincones de los hábitats y de la vida cotidiana, sin posibilidad de ser controlado, por lo que podría generar daños incalculables.

Saber esto con la valoración adecuada requiere de explicaciones claras de que la primera fase se produce por la presencia de personas infectadas, producto de la importación del virus por quienes estuvieron en países ya contaminados. Como los países afectados con posterioridad a otros cuentan con referentes de lo ocurrido en otras regiones, tienen el tiempo y las condiciones para desarrollar un adecuado proceso de preparación que contemple el carácter integral que supone enfrentar la llegada de la pandemia.

Es ya conocido que la segunda fase se caracteriza por la transmisión local del COVID-19, es decir, desde los afectados hacia sus entornos, compuestos por las personas con las que tuvieron contac-

43 Pablo Ramos, *Tres décadas de educomunicación en América Latina. Los caminos desde el Plan Deni* (Quito: OCLACC, 2001), 490.

to. En este caso, las medidas que se tomen, así como los mensajes de los procesos de comunicación, deben girar en torno a su contención, con acciones combinadas de cuidado personal y de mitigación o distanciamiento social, para controlar la transmisión local y evitar su expansión a nivel comunitario.

La tercera fase es de transmisión comunitaria, producto de la explosión y expansión rauda de la enfermedad. Se caracteriza porque el virus se ubica en el ambiente, con la posibilidad de contagiar a quien se exponga especialmente a lugares con una alta concentración de personas. Finalmente, la cuarta fase, de transmisión sostenida, escapa a las medidas de contención y se hace difícil de controlar.

Los países están haciendo esfuerzos por evitar pasar de la segunda a la tercera fase. Los decretos ya están lanzados, con variantes que se adecúan a cada contexto. Sin embargo, un decreto no resuelve el problema, solo canaliza los caminos posibles para trabajar soluciones que son tarea de todos.

En consecuencia, es necesario involucrar a la población. Es aquí donde interviene la comunicación, activando los sentipensamientos con convicción y con conocimiento, tanto en la adopción de las medidas que definen los gobiernos, como en la generación de un sentimiento de que, al cumplirlas, la ciudadanía es parte de la solución, ya que aporta a los propósitos de derrotar la pandemia que está ocurriendo en tiempo real y en paralelo en todo el planeta.

Una medida de cuarentena con aislamiento en los hogares constituye una situación sociocultural especial que rompe la cotidianeidad. Técnicamente es una medida adecuada, que necesita ser reforzada y consolidada desde las propuestas de los medios de comunicación con programaciones que innoven la difusión de las medidas frente a la pandemia, así como las ofertas para alimentar la situación de encuentro y socialización familiar en el hogar. Los medios de comunicación tienen que volver a pensarse como los compañeros de la vida de las personas,

ahora convivientes de grupos primarios que deben trabajar su cotidianidad labrándose condiciones para enfrentar la pandemia y tejerse el futuro, en relación virtual con otros grupos familiares.

Es necesario que los medios y las políticas públicas se enganchen con los *habitus*, o las lógicas de la diferencia en el consumo ciudadano material y simbólico, que suelen ser resultado de las historias colectivas y de las posiciones que las personas ocupan en los sistemas de estratificación social. Esto conlleva la posibilidad de un condicionamiento en los gustos, preferencias, percepciones, comprensiones, apreciaciones y evaluaciones del mundo social.

En tiempos de coronavirus, estos *habitus*, si bien no abandonan los criterios de consumo marcados por la posición y las jerarquías sociales, añaden una nueva forma con la construcción de significaciones que se encuentran en temores coincidentes con respecto a los impactos de la pandemia y en las mismas aspiraciones de supervivencia. En la realidad, las esperanzas y desesperanzas variarán en densidad, profundidad y extensión, por ejemplo, a partir de las posibilidades que tienen las poblaciones en cuanto a la atención médica con seguro privado, con seguro de asistencia pública, o sin acceso a la salubridad.

En estos tiempos, sigue siendo válida la conceptualización que hace Bourdieu al señalar que:

La acción no es una respuesta cuya clave residiera por entero en el estímulo activador, sino que tiene por principio un sistema de disposiciones, lo que llamo el *habitus*, que es el producto de toda la experiencia biográfica (lo que provoca que, como no hay dos historias individuales idénticas, no haya dos *habitus* idénticos, aunque existan clases de experiencias y, por tanto clases de *habitus* —los *habitus* de clase—).⁴⁴

Es por esto mismo que las programaciones de los medios tendrán que considerar redefiniciones, no solamente en función de la

44 Pierre Bourdieu, *Cuestiones de sociología* (Madrid: Istmo, 2008), 75.

pandemia y las políticas gubernamentales como puntos de partida, sino también en las situaciones de comunicación y en los sentipensamientos de la gente en su vida cotidiana de cautiverio. En este contexto, insistimos, la familia cobra una importancia de primer orden en varios aspectos: como una estructura existente, como hogares por seguirse construyendo y como espacios de solidaridades en el combate contra la pandemia. En consecuencia, las programaciones de los medios tienen que ser variadas.

Los momentos de información deben estar identificados y no invadir otros espacios mediáticos que son necesarios para poner la mente y la atención en otros temas, como, por ejemplo, alimentar el sentido de responsabilidad que supone el aislamiento en tanto medida para protegerse y para contribuir al bien común. Por eso, en estas situaciones se debe evitar la sobreinformación, por más bien intencionada que esté, porque el aislamiento, ya sea personal o colectivo, suele generar ansiedad.

Las programaciones de los medios de comunicación en estas circunstancias tienen que ser creativas, para acompañar la realización de actividades físicas y manuales dentro el hogar o brindando espacios de interacción, como concursos o pedidos musicales, que tienen la capacidad de generar empatías en las audiencias.

En nuestros países se ha observado que muchos establecimientos educativos privados y públicos de todos los niveles han optado por las clases virtuales. Es una gran iniciativa, que, sin embargo, está chocando con una realidad en la cual una buena parte de la población carece de este servicio o se le encarece al punto de no poder pagarlo. Aunque este es un tema por resolver en el mediano plazo, en este momento de pandemia es importante volver a la radio y/o a la televisión con programas de seguimiento y apoyo a la formación escolar y universitaria. La experiencia latinoamericana en este campo, especialmente con la radio educativa, es verdaderamente un semillero de lecciones positivas.

No se olvide que enfrentar a la pandemia es cuestión de todos, no de una autoridad, ni de un profesional iluminado, ni de un conjunto de autoridades, sino de toda la sociedad, por lo que se deben promover y acompañar espacios, momentos y actitudes colaborativas, en equipo, siguiendo un plan diario que marca rutinas familiares, a sabiendas de que la prioridad la tienen los niños. Es un tiempo para recuperar los relatos de los abuelos y las historias de solidaridades, para recrearlas alimentando la espiritualidad y subjetividad personal, así como las historias colectivas.

Por sobre todas las cosas, los mensajes deben ser, además de claros en las condiciones y consecuencias de la pandemia, esperanzadores en sus posibilidades de solución con el aporte de todos. Hay que inventar alternativas adecuadas de convivencia y construcción de esperanzas, dinamizando las capacidades sociales de desarrollo de soluciones compartidas y alimentado prácticas sociales de resiliencia, es decir, la capacidad de una comunidad, sociedad u organización expuestas a una amenaza, para resistir, absorber, adaptarse y recuperarse.

Para cerrar este punto y recordar que los procesos educomunicativos no son solo procesos de aprendizaje cognitivo o actitudinal, sino fundamentalmente prácticas de vida con sentidos de construcción de formas de vida digna, recupero las siguientes afirmaciones de Jesús Martín Barbero en diálogo con William Fernando Torres:

recobrar la moral implica rehacer el tejido del reconocimiento en su compleja trama que va de la esfera del afecto (amor y amistad) a la esfera de lo jurídico (la igualdad de derechos) hasta la esfera de la estima social (reciprocidad, solidaridad), esfera fundamento de las otras dos, pues es en ella donde la alteridad adquiere todo su conflictivo espesor.⁴⁵

45 William Fernando Torres, *El coraje de vivir a la intemperie: Conversaciones con Jesús Martín Barbero sobre comunicación, escuela y guerra* (Neiva: Editorial Universidad Surcolombiana, 2013), 150.

Estos son los terrenos que se tienen que transitar en la comunicación como mediación pedagógica, que supera la parcelación del conocimiento, así como la separación entre la práctica y la teoría, y entre los sentimientos y los razonamientos. El enfoque y el desafío son integrales. La vida en sí misma y la vida digna, fraternal, son también procesos integralmente solidarios.

En definitiva, hacer educomunicación no es solamente articular dos disciplinas,

sino la generación de mediaciones que constituyen sentidos de vida desde y con los sujetos históricos, con determinados sentidos de sociedad en los que se cuida la casa común, se fomente la solidaridad comunitaria, se promueva la paz con justicia, prime la equidad de género, se superen las expresiones racistas, se anuncie y se construya la Buena Nueva, y funcionen con la primacía de los derechos humanos y de la naturaleza.⁴⁶

No es cuestión de emitir mensajes; es un asunto de generar aprendizajes para un mundo necesitado de solidaridad y de convivencia, y como la comunicación se hace en la práctica, se trata de una vida no «para» la solidaridad, sino «en» la solidaridad.⁴⁷

46 Adalid Contreras Baspineiro, *El buen-convivir y bien-transformar en la comunicación: Sistematización de prácticas innovadoras para el Buen Vivir* (Quito: Signis ALC, 2019), 43.

47 Ismar de Oliveira Soares, «La gestión de la comunicación en el espacio educativo (o los desafíos de la era de la información al sistema educativo)», en *La formación del profesorado en la sociedad de la información*, coord. Alfonso Gutiérrez (Valladolid: Universidad de Segovia, 1998), 45.

Información trascendente para la vida

Un factor comunicacional clave en estas situaciones de incertidumbre es la información adecuada, pertinente, orientadora y oportuna. Para desarrollarla, es imprescindible recuperar de las prácticas tradicionales del periodismo el sentido de la noticiabilidad para informar con veracidad, respetando los códigos de ética contemplados en el derecho a la información.

Recordemos rápidamente que, basándose en las características de la noticia propuestas por Warren (actualidad, proximidad, relevancia, rareza, conflicto, suspenso, emoción y consecuencia),⁴⁸ Stella Martini sugiere estos criterios de noticiabilidad:⁴⁹ 1. novedad; 2. originalidad, imprevisibilidad e ineditismo; 3. evolución futura de los acontecimientos y la generación de expectativas; 4. grado de importancia y de gravedad; 5. proximidad geográfica; 6. magnitud por la cantidad de personas y lugares implicados; 7. jerarquía de los personajes implicados; y 8. inclusión de desplazamientos.

Este listado de criterios se asienta en dos condiciones básicas de la profesión-vocación periodística: la ética y la veracidad, que velan por un ejercicio de roles con responsabilidad social. Otros elementos constitutivos de la información periodística son la honestidad, la verificación de las fuentes, la equidistancia de los poderes con la

48 Carl Warren, *Géneros periodísticos informativos: Nueva enciclopedia de la noticia* (Barcelona: A. T. E., 1979), 24.

49 Stella Martini, *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (Bogotá: Editorial Norma, 2000), 84-99.

potestad de interpelarlos, la generación de espacios de debate y la transparencia.

Es sobre esta base que se debe pensar la información en tiempos de coronavirus para que cumpla un rol trascendente. Para ello, en este acápite se contemplan los principales hábitos de consumo mediático en esta coyuntura de crisis; los principios para la producción informativa; las principales interacciones que se generan con la información; algunos criterios sobre la comunicación pública de la ciencia, dada la importancia que en una situación de pandemia cobran las respuestas médicas a un problema integral; y elementos de la infomercadotecnia social.

Los hábitos de consumo mediático en tiempos de coronavirus

Es innegable la importancia que han cobrado las interconexiones en el escenario virtual del ciberespacio, constituido por las formas comunicacionales en tiempo real que ofrece el internet, los repositorios de información infinita en los sitios web, y las redes sociales, con modos de participación desplegados en vínculos donde cibernautas arrimados a computadoras, celulares o tabletas los usan al mismo tiempo como lugares de recepción, reproducción y recreación, así como de producción y enunciación.

Son espacios de intimidad, operan como correos, se convierten en medios de información, sirven de enlaces con nuevos y desconocidos horizontes y son también lugares de construcción de mensajes. Todo esto es ya una realidad universalizada. Por estas características, en tiempos de crisis —en los que su potencialidad interactiva se dinamiza con mayor energía—, se los suele considerar como los principales espacios para las acciones comunicacionales de orientación y de información desde las instancias gubernamentales nacionales, regionales y locales.

El valor comunicacional descrito de las redes sociales es innegable, pero un factor que no se suele tomar en cuenta en tiempos de crisis es que el consumo informativo de parte de la ciudadanía, si bien crece con el acceso al internet, también crece en credibilidad hacia los medios tradicionales de comunicación. La gente tiende a retornar a los factores de opinión que ha tenido como referentes en la vida política, en la intimidad y su reproducción social. Esto merma la conexión a las redes, no en la cantidad, sino en la calidad de las mediaciones.

Sobre este punto, y en estos tiempos de coronavirus, dice Manlio de Doménico, físico de sistemas complejos en la Fundación Bruno Kessler (Trento, Italia), que:

Mientras que montones de informaciones poco fiables circulaban mucho antes de que llegara la primera ola de la epidemia, cuando los primeros casos aparecían en los medios, la respuesta que observamos fue un aumento en la búsqueda de noticias de confianza. [...] Es como si el temor al contagio alterara el comportamiento.⁵⁰

Por sobradas razones ya analizadas, tales como las *fake news*, los bulos, el anonimato en la emisión de mensajes y la circulación repetitiva de notas, en materia informativa las redes sociales no gozan de la misma confianza que brindan las poblaciones a la radio, la prensa y la televisión. Dicho de otra manera, las poblaciones viven pegadas al celular y a la computadora, pero al momento de buscar información para orientar sus sentipensamientos, decisiones y acciones, acuden a los medios masivos tradicionales, tal como podemos apreciar en el gráfico 7, sobre un estudio realizado recientemente en España.⁵¹

50 Jordi Pérez Colomé, «La amenaza del coronavirus impulsa la demanda de información fiable frente a las 'fake news'», *El País*, 25 de marzo de 2020.

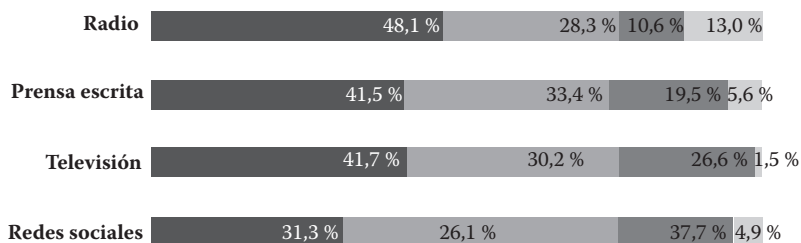
51 DYM Market Research, «Valoración de los medios de comunicación: Barómetro DYM», *20 Minutos*, marzo de 2020.

Gráfico 7 Valoración de los medios de comunicación

Barómetro DYM, datos de marzo de 2020

¿Cómo valora el papel de estos medios de comunicación en la crisis del coronavirus?

● Muy positivo o positivo ● Medio ● Muy negativo o negativo ● N. s.



Fuente y elaboración: DYM, Market Research

Los datos, con las tendencias sorprendentes que demuestran, son reveladores y representativos de lo que pasa en la generalidad de los países. Recordemos que la pregunta para recoger esta información es explícita en cuanto a cómo valora la población a los medios de comunicación en la crisis del coronavirus.

Llama la atención la recuperación que se hace de la radio como un medio con credibilidad. En los últimos años la radio ha sido degradada por los estrategas y publicistas y se la ha considerado un medio anexo a otros, como la televisión, al extremo que, cuando se realizan campañas, se suele pasar en radio el audio producido para el programa de televisión, sin considerar siquiera los lenguajes propios de cada medio. En el estudio en cuestión, las categorías de valoración positiva y medio positiva hacia la radio suman el 76,4 %, es decir que tres cuartas partes de la población la consideran un medio confiable.

La radio está en el lugar de los hechos, apelando a los imaginarios de su audiencia con noticias que no se quedan en su presentación, sino que tienen seguimiento y profundidad en su tratamiento. Además, ha desarrollado importantes metodologías participativas y dialogales que permiten la visibilización de la ciudadanía. No se puede ignorar la ventaja del lenguaje oral de la radio, ya que mientras se escuchan sus programas, la audiencia puede estar realizando otras actividades.

La prensa, en tanto se la considera especialmente fuente informativa para los otros medios, muestra una alta valoración de sus contenidos e informaciones. Si bien la valoración positiva (41,5 %) es relevante, no se puede desestimar la mediana credibilidad que tiene su propuesta (33,4 %), posiblemente porque no cuenta con la ventaja interactiva de los otros medios, lo que sí sucede con su circulación digital, que provoca reacciones, profundizaciones y contrainformaciones.

En relación con los dos medios anteriores, la credibilidad de la televisión es baja, pese a la ventaja de su instantaneidad y manejo de la imagen. En realidad, su valoración positiva es parecida a la de la prensa, pero la suma de su valoración media y negativa es considerablemente mayor. Esta situación recuerda antiguos comportamientos del consumo mediático, cuando después de informarse por la televisión, se acudía a la radio para constatar su veracidad. No se puede dejar de mencionar que la televisión se ha impregnado de un estilo sensacionalista, no siempre sujeto a las reglas deontológicas de la noticiabilidad, por lo que pierde sintonía en situaciones de crisis.

La valoración de las redes sociales en el consumo ciudadano refleja la calidad de una parte de su oferta, aquella que opera desprendida de todo código de ética, desplazándose sin controles en la libertad de expresión y sin cuidar la veracidad ni la ética de sus propuestas. Las *fake news* y los bulos, que no faltan en estas ocasiones, alimentan no solo los temores en la población, sino también las dudas sobre la veracidad de lo que circula. La población lo sabe y por ello la confian-

za y credibilidad informativa sobre lo que se difunde en las redes en la situación de crisis por el coronavirus es altamente negativa.

Esta negatividad opaca incluso los valores comunicativos que las mismas redes muestran en otros espacios, por ejemplo, en aquellos que generan solidaridad y que se expresan al compartir direcciones para la compra de provisiones; en las organizaciones para intercambiar recetas, medicamentos y datos diversos; en la creatividad sin límites expresada en canciones, poesías, memes y documentos, o en las reuniones virtuales que abren horizontes a la vida más allá del coronavirus.

Pero volvamos a la tendencia ciudadana que en épocas de crisis acude a los medios, espacios y periodistas en los que confía, tendencia que no se corresponde necesariamente con los medios a los que más se expone o que más utiliza. Este es el elemento de partida para encaminar procesos de información trascendente y de orientación con sentido educativo, sin el temor que suele avizorarse por la herencia del *rating*, que acostumbró a hacer ver que este tipo de programas no gozan de audiencia. En situaciones de crisis está visto que sí lo hacen.

Principios

Los principios son en realidad guías, no camisas de fuerza, aunque, ciertamente, se convierten en las condiciones para el trabajo informativo en tiempos de coronavirus. Señalamos algunos que, en su propia formulación, contienen los modos de trabajar la información para hacerla trascendente. Recordemos que en situaciones de crisis la relevancia de la comunicación no está en el entretenimiento, sino en la capacidad de hacer interesantes los intereses, como planteaba Bertolt Brecht a manera de desafío.

Veamos algunos principios.

Cero propaganda y publicidad

Un principio eje de la información en situaciones de pandemia es eliminar todo rasgo publicitario, puesto que, en este caso, queda claro que el coronavirus no es un producto comercial para ser vendido, ni tampoco es un recurso electoral que será aprovechado para una campaña política. En consecuencia, ninguna persona u organización pueden valerse de esta situación de vulnerabilidad para querer instalar promesas o posicionar imágenes. Que nadie busque ganarse medallas, reconocimientos ni votos con la preservación de la vida.

El estilo publicitario es observable en la búsqueda de posicionamiento institucional o de las autoridades que tienen la obligación de coordinar los procesos de solución. Se lo desarrolla casi siempre por rutina y porque eso es lo que se sabe hacer en medios entregados a los estilos publicitarios, pero se dinamiza especialmente cuando instituciones y autoridades afrontan problemas. Es entonces cuando se acude a la pretendida magia de los spots televisivos y su extensión a las cuñas radiofónicas, con la creencia de que podrán resolver los conflictos sociales.

Como es sabido, con una visión entrópica de la comunicación, se llega a creer que con el solo hecho de poner los productos en los medios ya se desarrolló el proceso de comunicación y que con la difusión todo está resuelto. Si el número de pases o tandas es alto, y si además circulan en espacios y en horarios de alta audiencia, se piensa que así es mejor.

El estilo publicitario suele reflejarse también en los titulares estrambóticos de las noticias. En cada medio, a su estilo, con más o menos sensacionalismo, los titulares juegan con las emociones de la gente, pretendiendo captar su atención, sin importar si este enganche tiene o no relación con el objetivo de darle serenidad a las sociedades. Sabido es que estos titulares guardan poca relación con lo que contienen las notas.

Decir siempre la verdad

No hay mentiras ni silencios buenos, y menos en situaciones de pandemia. La información responsable, sin alarmar ni ocultar evidencias, es un recurso necesario para promover tanto las medidas correctas como los comportamientos individuales y sociales adecuados. Sobre todo, no se puede mentir sobre las soluciones, especialmente aquellas difíciles, que con frecuencia se suelen mostrar con exageración para justificar posicionamientos y eficacias institucionales.

Por lo dicho, decir siempre la verdad es un principio innegociable. No se puede ocultar la realidad, por más dura que esta sea, y hay que encontrar las maneras adecuadas de compartirla sin alarmar ni exagerar, recogiendo más bien ejemplos y precedentes de responsabilidad individual y colectiva. En estos tiempos hiperconectados, tarde o temprano todo se sabe. En este contexto, antes que ocultar hechos o disimularlos con distractivos, es recomendable asumir una posición proactiva, que otorgue la capacidad de adelantarse y marcar la agenda.

Desde otra perspectiva, decir siempre la verdad implica no agrandar los impactos de las medidas que se toman, desliz que suele ser frecuente en las autoridades, especialmente para justificarse. Lo vemos en situaciones en las que el autoritarismo genera tensiones y hasta rechazos y confrontaciones. Y lo vemos también en la desconfianza que se genera por las contradicciones entre autoridades y factores de opinión que, por la prisa, la desesperación o la búsqueda de la primicia, hacen afirmaciones radicalmente opuestas sobre un mismo hecho.

Dialogar

En situaciones de crisis, el diálogo es el camino capaz de conducir a distintos tipos de encuentros que es imprescindible constituir en estos procesos para que la ciudadanía asuma roles protagónicos en

las soluciones. La teoría y las metodologías participativas son abundantes en la literatura comunicacional, por lo tanto, no vamos a redundar sobre ellas.

El interés en este punto es subrayar el valor del diálogo, que puede explicarse identificando sus opuestos. Estos radican en las visiones verticalistas y autoritarias de sentidos que se quiere transmitir, imponer o inyectar, cuando no manipular, desde un supuesto grupo de iluminados que creen tener las respuestas al problema o desde autoridades que, confundiendo su obligatorio rol de servidores públicos con el de héroes, se autoasumen como los salvadores de la sociedad. Estas divisiones suelen conllevar actitudes y manejos discursivos autoritarios que bloquean las comprensiones, identificaciones, involucramientos y participación de la ciudadanía.

El diálogo es, en muchos sentidos, alteridades, o sea reconocimiento respetuoso de los otros. No hay solidaridad posible, ni compromisos firmes o adhesiones claras a las iniciativas, si las formas comunicacionales no se basan en el respeto al otro. Este reconocimiento va a permitir superar el «estilo futbolero» del que habla Omar Rincón en referencia a la euforia con que se trata la información, banalizándola. El procedimiento que proponemos es exactamente el contrario: el diálogo respetuoso, argumentado, ejemplificado, contextualizado y convivido, para generar no solamente empatías, sino también complicidades y pactos.

En el mundo andino se dice que el diálogo radica en el *jaqin parlaña*, o hablar como hablamos las personas, siguiendo tres principios: 1. *escuchar para hablar* o saber escuchar; 2. *refrendar las palabras con los actos* o predicar con el ejemplo; y 3. *saber lo que se habla*. Recuperemos la validez de estas nociones comunicacionales para incorporarlas en los dispositivos para comunicar en tiempos de coronavirus.

Es imprescindible suplir el yo (individual y/o colectivo) por el nosotros, en una comprensión del:

yo soy yo en cuanto «somos nosotros», que plantea el Jiwasa, que comunicacionalmente se entiende como «ambos interlocutores», ambos (tu-yo / los otros-nosotros) productores de discurso, no un hablante y otros oyentes; ambos constructores de sentidos y de sociedades en prácticas sociales que se caracterizan por gestionarse en procesos relacionales de pertenencia complementaria (afín u opuesta) a proyectos de vida en plenitud y armonía; así como también en procesos de alteridad y confrontación por la hegemonía de proyectos de sociedad que los pueblos pugnan por construir.⁵²

En sus decisiones, comunicados y medidas, en coherencia con los comportamientos típicos de situaciones de crisis, las autoridades tienen que hablar en lenguaje inclusivo: nosotros. Como ya se dijo, los posicionamientos personales no tienen cabida si el propósito es que la población se incorpore a las soluciones. Las lógicas ciudadanas en situaciones de crisis operan con criterios distintos a los electorales.

Evitar convertir a los medios en fiscalías y a los periodistas en jueces

Un problema sentido en el papel que cumplen los medios y algunos periodistas, especialmente de la televisión, es aquel confuso rol que pretende suplir el de las fiscalías y los jueces. Por esta tentación anómica, me permití denominarlos «fiscalizmedios» y «periodisjueces».

Algunos espacios se convierten en verdaderos juzgados en los que periodistas asumen los roles de los jueces. Me refiero a aquellos programas en los que periodistas convocan a sus invitados no a diálogos ni a exposiciones, sino a verdaderos juicios plagados de acusaciones, a veces sin pruebas, o de insinuaciones sin argumentos. En ellos, parecería que su objetivo es poner a sus invitados contra la pared, pretendiendo descalificarlos social y políticamente. Tienen el

52 Contreras Baspineiro, *Jiwasa: Comunicación participativa para la convivencia*, 138.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

descaro incluso de solicitar documentación legal, que es requisito válido en un juzgado, pero no en un medio de comunicación.

Confunden roles, generan espectáculo y no necesariamente información confiable. En estos días de coronavirus, los vemos asumiendo roles que corresponden a las fuerzas armadas y a la policía, cuando reporteros en la calle exigen con autoritarismo sus documentos de identidad a los transeúntes. Se han trastocado los papeles desde el momento en que el mercantilismo de los medios puso los fines del *rating* por sobre los de la veracidad y de la ética. Como decíamos, estas formas de comunicación favorecen más al coronavirus, porque desinforman, desorientan y alteran el orden, llevando a convertir el miedo en pánico.

Convertir los medios en espacios de construcción de alternativas y soluciones

No tengo la menor duda de que el mayor aporte de los medios estaría en garantizar que sus espacios se inunden de las buenas iniciativas que se observan en quienes se atreven a fabricar barbijos siguiendo recomendaciones sanitarias, en la audacia loable de quienes construyen respiradores, cabinas desinfectantes o aplicaciones que permiten autodiagnósticos, o en los jóvenes que asisten a las personas de tercera edad. También, que los medios destaquen las iniciativas de las autoridades para asegurar los servicios, el abastecimiento, la asistencia y las condiciones para seguir viviendo esperanzados en un contexto de miedo con incertidumbres. Una comunicación poscoronavirus con estas características estaría encaminando el ansiado derecho a la comunicación y a la palabra.

Promover solidaridades

Dijimos que en estas situaciones el individualismo personalista se impone sobre los rasgos de solidaridad por una reacción de sobre-

vivencia. Por lo tanto, la solidaridad no es un proceso en desarrollo, sino una condición por ser construida. Los modos de hacerlo desde la comunicación pasan por el involucramiento, la participación, el protagonismo ciudadano y el desarrollo de acciones con la ciudadanía al saberse parte de las soluciones.

Como son los gobiernos los que toman las iniciativas oficiales, estos tienen que mostrarse sin propósitos electorales ni de posicionamiento organizacional o personal de las autoridades, y menos aún como consolidación partidaria. Su misión es su país.

Promover prácticas de responsabilidad

En situaciones de crisis, es decir, en estos tiempos de coronavirus, «los medios deberían reducir la dimensión emocional que le están dando a la información».⁵³ Esta condición requiere superar el sensacionalismo apocalíptico y alarmista, redimensionando la atención en la gente y sus tragedias individuales, que son cultivos del miedo.

Es también necesario relocalizar los espacios donde los «opinólogos» dan rienda suelta a sus supuestos y a sus especulaciones generalistas sobre temas que tienen que ser enfocados sin una perspectiva política, para priorizar una mirada técnica científica. Por esta característica, es importante asumir que este es el tiempo mediático de los especialistas, principalmente del sector de la salud, quienes tienen la capacidad de orientar sobre las dinámicas sanitarias necesarias y sus vinculaciones con la organización y movilización social.

La información tiene que superar los espacios que activan las emociones que convierten la noticia en espectáculo y la banalizan. Basándose en los sentipensamientos, los espacios de información tienen que ir avanzando del sentido común a la praxis, para que los

53 Pita, «Gilles Lipovetsky, filósofo: Los medios deberían reducir la dimensión emocional de la información del coronavirus: genera pánico».

ciudadanos adquieran un acercamiento más racional y menos emocional a la realidad. En este marco, y con información oportuna, precisa, verificable, será posible movilizar la responsabilidad individual y colectiva con un sentido más humano.

Tejer esperanzas

Las soluciones propuestas son las encargadas de encaminar alternativas de reconstitución de la normalidad social, cultural y política con el menor daño posible, asumiendo las lecciones aprendidas. Esta es la razón por la que las esperanzas no son solo una meta colocada en el futuro, sino una realidad que se construye paso a paso, día a día, medida a medida, con la intervención colaborativa de ciudadanos y gobernantes, como tarea de todos.

En definitiva, la información en tiempos de pandemia rompe con prácticas condicionadas por la espectacularización de la vida, por la búsqueda de la primicia informativa o por la consecución de *rating*. No es la economía de mercado la que prima en estos momentos de excepción; es la filosofía de la vida la que conduce la recomposición de las sociedades. Hay que poner los medios y la generación de discurso a la altura del desafío.

Interacciones multimediáticas

Es por estas situaciones que la realización de la propuesta educ comunicativa debe ser esencialmente multimediática y multidiscursiva. No se puede trabajar solamente por medios masivos tradicionales (televisión, radio, prensa), ni tan solo por redes sociales o por medios grupales, sino que se los debe combinar adecuadamente, por supuesto a partir de la naturaleza y el lenguaje de cada medio.

Una pequeña disquisición sobre el concepto, para poner en situación nuestro análisis. «Multimedia» se ha convertido ya en un tér-

mino polisémico, al cual se han otorgado distintas comprensiones. Por una parte, en relación con el uso de las TIC, se acude al concepto de «multimedialidad», que se refiere a la integración de dos o más medios distintos en un ordenador personal, por ejemplo, la web, donde convergen imagen, audio, gráficos, voz, texto, música, animación, etc., para la producción de una misma idea con distintos lenguajes. Es decir que distintos medios concurren para combinarse en el hipertexto o en un solo medio. Esta facilidad tecnológica ha dado lugar al periodismo digital o ciberperiodismo, que en una misma plataforma desarrolla sistemas de hipertextualidad, o sea la posibilidad de acceder a la información de manera multidireccional y no lineal, y permite también procesos de interactividad, esto es, que los usuarios puedan interactuar con el medio, los autores y el texto.

Nuestro planteamiento sirve tanto para esta modalidad como para la otra, acaso más tradicional, que consiste en la convergencia de distintos medios para desarrollar un mismo objetivo y tema. Este es tratado, producido, divulgado y apropiado desde las características y naturaleza propias de cada medio, en sus espacios, formas de consumo y lenguajes particulares, manteniendo sus autonomías. A diferencia de la anterior modalidad, en esta los distintos medios, cada uno con su lenguaje característico, no concurren en un solo espacio y lo que los une es el mensaje.

Aplicado esto al caso del coronavirus, encontramos que se requieren construcciones discursivas en distintos planos, los cuales se describen a continuación.

Enfoque integral

Primero, es necesario asumir «interacciones integrales» que aborden tanto el plano del cuidado personal (lavarse las manos adecuadamente, no saludarse dando la mano, toser cubriendo la boca con el brazo...) como de las medidas basadas en el distanciamiento y aislamiento so-

cial (cuarentena en el hogar, reducción de reuniones, cierre de locales de eventos, distancia en las filas...). Esto va a requerir intervenciones comunicacionales informativas, de orientación y de mediación.

En consecuencia, su «tratamiento temático» obligatoriamente debe abordarse en el desafío comunicacional de que ambas dimensiones (cuidado personal y distanciamiento social) sean tratadas con un enfoque integral, sin parcelarlas, sino mostrándolas como partes de una misma unidad, porque las dos son necesarias para resolver el objetivo de contención de la pandemia. Ambas dimensiones se necesitan una a la otra y esto se debe reflejar en la definición de los contenidos y, por supuesto, en las formas de abordarlos.

Mediaciones

Otro aspecto por resolver es el de la «pertinencia», o sea la correspondencia de los temas con las condiciones y situaciones de comunicación en cada realidad. Nos referimos aquí a la importancia de tratar los textos en sus contextos y decidir los géneros y formatos más convenientes para articular las condiciones de vida y los temas sobre los que se informará. Esto supone un tratamiento educativo, donde lo importante son los aprendizajes trascendentes, aplicables a la vida individual, familiar y colectiva.

Esto va a contribuir a que los temas sean compartidos evitando la confusión y la subsecuente resistencia a aplicarlos en la vida de las personas. Para ello, es imprescindible dar una adecuada explicación de las medidas expresadas en los contenidos y en las formas de presentación de los lenguajes de cada medio, tomando en cuenta las características socioculturales de los espacios donde se expongan.

Por ejemplo, en tiempos normales, las paradas del metro, el teleférico, los buses, las farmacias y los centros comerciales son espacios idóneos para colocar carteles o trípticos con explicaciones claras sobre cómo toser para evitar contagios, con demostraciones rápidas

y prácticas en las filas de espera. En los aviones y buses, además de las demostraciones personales, los videos cumplen un rol instructivo de primer nivel.

En estos tiempos, la televisión y la radio, antes que abundar en grandes análisis de especialistas, que es necesario ubicarlos en espacios especializados para públicos interesados, deben poner énfasis en la exposición didáctica de las medidas de previsión, prevención y posible solución.

Aprender de las prácticas

Retomando los principios anotados en el subtítulo anterior, la información debe tener el cuidado de decir siempre la verdad y de priorizar las prácticas ejemplificadoras de situaciones de solidaridad, por sobre las prácticas centradas en el miedo. Desde esta perspectiva, la noticia seleccionada en función de los objetivos del pacto por la vida no se limita solamente a dar a conocer los hechos, sino también a «aprender de las experiencias». De esta manera, el rol de los periodistas no es tan solo de emisores de noticias, sino de mediadores de sentidos de vida.

«Glocalización»

Al ser el COVID-19 un problema planetario, la información debe tener la capacidad de articular lo local con lo global, en el convencimiento de que la solución a la invasión de la pandemia no depende solamente de una localidad y de un país, sino de la capacidad de saber articular esfuerzos. Las soluciones prácticas en la realidad están tendiendo a fragmentar el problema con medidas como el encapsulamiento de barrios, ciudades, provincias o departamentos y países para contener la transmisión, que vuela con los movimientos y traslaciones de personas.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

La medida es técnicamente adecuada. Sin embargo, en términos comunicacionales, al tiempo de respaldarla y acompañar su cumplimiento, es necesario seguir abriendo ventanas al mundo para que no se pierda la perspectiva en un momento en el que es necesario favorecer la construcción de una conciencia planetaria. Esto se debe realizar bajo un paradigma humanista, que tiene la capacidad de incentivar la integración y la cooperación en todos los niveles, al interior de los países y entre diversos países, con la finalidad de renovar y profundizar los sentimientos de solidaridad y fraternidad entre los pueblos.

Narrativas cotidianas

Al ser la información un género comunicacional que responde a la demanda ciudadana de acceder al conocimiento de los acontecimientos mediante noticias rigurosamente seleccionadas, trabajadas y presentadas o por medio de la exposición directa y responsable de hechos, orientadas por el sentido periodístico al servicio del bien común, en tiempos de coronavirus la información no puede reducirse a la descripción de los hechos. A partir de esta raíz, es necesario recorrer otros caminos de narrativas de encuentro del periodismo con la literatura. Junto con las crónicas, o mejor dicho como una forma de estas, uno de estos caminos válidos es contar historias, para que, al vivenciarlas, se asuman por comparación lecciones de vida.

He aquí un ejemplo:

Me he vuelto un experto en analizar gráficos y calcular aumentos exponenciales. Aprendo de Singapur y Taiwán, me preocupo con Bolivia y el avance desolador del virus por América Latina, sigo las polémicas locales: en mi ciudad natal, Cochabamba, el alcalde elabora un decreto de ley en el que se pide ayuno y oración porque «solo Dios puede derrotar a la pandemia»; en Chile el ministro de Salud dice, en una de las declaraciones más desafortunadas de una autoridad en esta crisis, que

el virus puede «volverse bueno»; en Brasil los seguidores de Bolsonaro organizan una caravana en Camboriú para convencer a la gente de salir a las calles; en México López Obrador se da baños de multitudes. Tanto en Estados Unidos como en Bangladesh la ciencia lucha por hacerse oír en medio de las interpretaciones políticas y se enfrenta a una dura pulseada con nuestras creencias religiosas, nuestras supersticiones irracionales tan bien cultivadas a lo largo de los siglos. Mientras tanto, el virus sigue su marcha...⁵⁴

Opinión y debate

Otra modalidad necesaria es la opinión, que recoge análisis con argumentos que permiten explicar las realidades y los hechos. Necesitamos marcos referenciales que nos permitan apropiarnos de las realidades. Los editoriales, no solamente en los medios escritos, sino también en la radio y la televisión, son imprescindibles en estos momentos. Tenemos que tomar posición frente a los temas que se relacionan con la pandemia y no solamente frente al COVID-19 en su contextura destructiva global. El rechazo se da por principios, pero las acciones de confrontación y contención se expresan en hechos muy concretos. Por eso hay que saber alimentarlos con argumentaciones.

Una muestra de lo que decimos, que tiene un carácter más explicativo que descriptivo y que invita al conocimiento crítico y al debate, es lo escrito por Byung-Chul Han sobre la afectación del coronavirus en los países asiáticos y europeos:

En comparación con Europa, ¿qué ventajas ofrece el sistema de Asia que resulten eficientes para combatir la pandemia? Estados asiáticos como Japón, Corea, China, Hong Kong, Taiwán o Singapur tienen una mentalidad autoritaria, que les viene de su tradición cultural (confucianismo). Las personas son menos renuentes y más obedientes que en Europa. También confían más en el Estado. Y no solo en China,

54 Edmundo Paz Soldán, «Días extraños», *La Tercera*, 30 de marzo 2020.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

sino también en Corea o en Japón la vida cotidiana está organizada mucho más estrictamente que en Europa. Sobre todo, para enfrentarse al virus los asiáticos apuestan fuertemente por la vigilancia digital. Sospechan que en el *big data* podría encerrarse un potencial enorme para defenderse de la pandemia. Se podría decir que en Asia las epidemias no las combaten solo los virólogos y epidemiólogos, sino sobre todo también los informáticos y los especialistas en macrodatos.⁵⁵

Interpelar a los poderes

Una doble función de los medios en general y del periodismo en particular, y que se acelera en tiempos de crisis, es que se convierten en espacios de visibilización y de representación de la palabra ciudadana. Al mismo tiempo, exigen respuestas no dadas o explicación de aquellas no claras por parte de las autoridades responsables de la coordinación de la búsqueda de soluciones.

Sin negar que es parte importante de sus funciones, afirmamos que los medios no pueden limitarse a ser convertidos en amplificadores de las decisiones gubernamentales en tiempos de coronavirus. Por eso, son totalmente injustificables los intentos legales que, a título de no permitir contradicciones a las medidas oficiales, pretenden afectar el derecho a la información al censurar espacios en los que los medios generan debate y demandan respuestas a las autoridades, ya sean locales, regionales o nacionales.

El periodismo en tiempos de crisis tiene que alentar soluciones y contribuir al cumplimiento de las medidas oficiales, pero ello no le impide indagar sobre las mejores alternativas y sobre la transparencia del manejo de las decisiones técnicas, financieras, políticas y organizativas. Es fácil detectar cuándo las acciones informativas se guían por propósitos constructivos o cuándo tienden a destruir. La oposición destructiva se rebate, aclara, ignora o sanciona. La infor-

55 Han, «La emergencia viral y el mundo de mañana».

mación que inquiera fundamentaciones es como un termómetro que se recoge para seguir construyendo.

Casi comunicación

Como es sabido, en nuestros tiempos las redes sociales cumplen un papel importante en distintos campos, tales como sus funciones de intercomunicación, de entretenimiento, de catarsis a partir de su oferta lúdica, de conocimiento con sus infinitas ofertas de datos, de educación en los encuentros virtuales, de decisión en las reuniones vía Zoom, y también de información, cuando este tratamiento está bien conducido.

Pero, lo sabemos y lo afirmamos sin satanizarlas, también cumplen un nocivo rol al desinformar malinformando y alarmando con mensajes que se reproducen con la misma fuerza destructiva de la pandemia. Esto ocurre cuando banalizan los hechos o cuando subestiman o sobreestiman las capacidades de un monstruo que tiene que ser resistido. Por eso, en tiempos de *fake news* y coronavirus, que se agravan con los *deep fakes* o noticias ultrafalsas, es menester promover experiencias de lectura crítica, activar la duda y preguntarse si las noticias o memes que circulan serán ciertas o no. Los pulgares no pueden dominar a las mentes.

Las redes sociales no se someten al derecho a la información, sino que se regocijan en el mundo de la libertad de expresión, con fuertes desviaciones de libertinaje. Para que cumplan un rol de orientación del mismo modo que los otros medios, deben ser alimentadas con mensajes que guíen, informen y sean útiles para enfrentar responsablemente los impactos nocivos del coronavirus y su expresión en el COVID-19. Hay que hacer tendencia con los mensajes que acompañan soluciones.

Las interacciones que se producen por múltiples medios, en sus diferentes formas de expresión analizadas en este acápite, muestran que es fundamental generar encuentros de intercambios discursivos

a la usanza del original sentido de la comunicación: el *communicare*, o el poner en común sentipensamientos, experiencias y esperanzas.

Comunicación del conocimiento científico en situaciones de crisis

Esta es todavía una especialización poco conocida, a pesar de su importante recorrido y avances conceptuales y metodológicos para acercar la ciencia a la sociedad y hacer accesibles los conocimientos científicos, en este caso sobre el COVID-19. Este ejercicio, al que se suele llamar «divulgación científica» y que más recientemente se ha denominado «comunicación pública de la ciencia», desafía al «periodismo científico» a sobrepasar el tratamiento del conocimiento científico para públicos especializados, con el fin de poner a la ciencia en el eje de construcción de la sociedad del conocimiento y la información.

Compartimos con Luis Estrada que:

Es claro que tanto la difusión como la divulgación son actividades de comunicación: aunque lo común es que los destinatarios se comporten de manera pasiva. Por lo tanto, cuando en la participación del conocimiento científico se busca el diálogo, esto es, el intercambio de saberes y de experiencias, se emplea el término comunicación.⁵⁶

Por ello, nos parece válido hablar de «comunicación pública de la ciencia», cuyo desafío es saber llegar al conjunto de la población, a sabiendas de la importancia del conocimiento científico para despejar incertidumbres y encaminar soluciones. Se trata de un desafío de democratización de la ciencia, que implica superar la discordia entre conocimiento científico y sentido común, entre lenguaje científico y lenguaje popular, propósito para el cual la comunicación es un

56 María de los Ángeles Erazo Pesántez, *Comunicación, divulgación y periodismo de la ciencia: Una necesidad imprescindible para Iberoamérica* (Quito: Editorial Planeta, 2007), 38.

baluarte fundamental porque es la disciplina llamada a garantizar la aprehensión ciudadana del conocimiento y de los métodos científicos.

El problema no está tanto en la difusión, aunque es importante, sino en la apropiación o aprehensión del conocimiento científico, para lo cual María de los Ángeles Erazo Pesántez propone:

usar la teoría del aprendizaje significativo para la alternativa de la educación no formal; la teoría de la recepción, para divulgar la ciencia como literatura, y para la propaganda científica, el análisis de los ocho propiospectos (creencias, valores, tradiciones, hábitos, fobias, filias, símbolos y conocimientos) que caracterizan a su público meta.⁵⁷

De hecho, por la relación que se establece entre el conocimiento científico y el popular, mediados por el diálogo apoyado en la vivencia de lo que se quiere dar a conocer, en el vocabulario de periodistas, autoridades, analistas y ciudadanos se han impuesto nuevos términos que se han ido comprendiendo a fuerza de repetirlos. Por ejemplo, la palabra «bioseguridad» (conté que se la repitió 41 veces en un informativo de media hora) es un término que ha sido apropiado, tal vez no tanto por su concepto, sino por sus representaciones en barbijos, guantes o trajes adecuados. Y eso es lo válido, su apropiación por la importancia que tiene en coyunturas críticas como la que vivimos.

Otro término que se ha hecho ya parte del habla popular es «letalidad», entendida desde el sentido común como el porcentaje de muertes en relación con el número de afectados. Posiblemente el concepto implique más cosas en su explicación científica, pero su apropiación permite realizar comparaciones y tomar decisiones de políticas públicas sobre el equipamiento adecuado en los hospitales para reducir la alta tasa de muertes en nuestros países. También los ciudadanos profundizarán sus medidas de seguridad para evitar subir las estadísticas.

57 Ibid., 20.

Todos estos eran términos desconocidos para el común de la gente hasta antes de la pandemia. Y hablo no solamente de la gente de a pie, sino de profesionales de distintas ramas, que en su cotidianeidad no tenían incorporadas estas palabras que pertenecen al mundo del coronavirus. Incluso términos de muy difícil pronunciación se van haciendo familiares de a poco, no solo en su expresión, sino también en su composición y valor científico. ¿Pasó por sus mentes que algún día la palabra «hidroxicloroquina» se haría parte de sus conversaciones diarias? ¿Se les ocurrió que la quina podría ser una de las alternativas que alivian el mal en su primera fase?

Estos pequeños ejemplos son contundentes para explicar el valor del periodismo científico con formas adecuadas de comunicación para apoyar la apropiación del conocimiento de la ciencia por la ciudadanía. La clave de los procesos por los que la ciudadanía aprehende conocimiento científico radica en que la labor de la información trascendente no se limita a reproducir o trasladar el acumulado científico, sino a traducirlo en los pasajes y sentires de la vida cotidiana.

En tiempos de coronavirus, las propuestas de la medicina se encuentran con un ambiente de curiosidad, interrogación y consulta ciudadana para despejar las incertidumbres a las que está sometida. En la sintonía con esta situación radica el proceso de aprendizajes significativos, despejando miedos, rumores y falsas recomendaciones.

El capítulo 6 del libro citado de María de los Ángeles Erazo Pesántez,⁵⁸ «Recomendaciones prácticas para el ejercicio del periodismo científico», abunda en sugerencias prácticas para la producción de materiales tomando en cuenta las fuentes de la información y en los géneros periodísticos, entre los que considera los urgentes, noticias, reportajes, entrevistas, cronologías y opinión. También sugiere criterios y procedimientos para los cuidados que se deben to-

58 Ibid., 135-61.

mar en cuenta en la redacción periodística, así como otros aspectos que facilitan el trabajo de comunicación pública de la ciencia.

Para ilustrar los elementos generales que contemplamos en este trabajo, de las diferentes recomendaciones recuperamos dos. La primera se refiere a los requisitos para elaborar textos de periodismo científico, que consisten en: elaborar un guion; identificar los canales por los que se divulgará; saber más de lo que se escribirá; seleccionar bien la información y ordenarla; usar datos fiables; usar frases y párrafos cortos; contextualizar, y revisar bien el texto antes de publicarlo.

El segundo elemento que se debe tomar en cuenta son los cuidados al momento de seleccionar un tema: que sea de interés general; que tenga relevancia científica; que sea un tema de actualidad; que aporte novedades científicas y tecnológicas que contribuyan al desarrollo de la población; que fomente la comprensión pública de la ciencia y la tecnología, y que contemple la participación de actores regionales y nacionales.

En definitiva, trabajar información trascendente tiene distintas dimensiones que deben ser tomadas en cuenta, algunas de las cuales expusimos en este documento. Lo importante de estas y otras dimensiones radica en el piso que las sustenta, es decir, la ética, la transparencia y la veracidad como las razones de ser de la comunicación, así como la trascendencia de la capacidad de poner en diálogo distintos saberes para que, juntos, especialistas y ciudadanos se comprometan en las reflexiones y en la práctica con la construcción de alianzas y alternativas para combatir al coronavirus.

Cerramos este punto recuperando reflexiones que hace María Dolores Elmir, en el sentido de que a pesar del miedo que generan las situaciones de crisis, «constituyen una escuela permanente de preparación para aprender a convivir con el riesgo»,⁵⁹ controlando el pánico

59 María Dolores Elmir Burbano, «Análisis estratégico para fortalecer el rol de vocería técnica, imagen y reputación del Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional ante la población que reside en las zonas de riesgo del valle de los Chillos

y manteniendo la calma. Y justifica que es «en estas circunstancias de riesgo y vulnerabilidad, [cuando] la información clara, oportuna e inmediata [...], trabajada bajo la perspectiva teórica de la Comunicación Estratégica con enfoque en Divulgación Científica aplicada a situaciones de crisis [...] resulta imprescindible no solo para comunicar sino para SALVAR VIDAS» (sic).⁶⁰ De eso se trata: de contribuir a aprendizajes trascendentes y a desarrollar pactos solidarios por la vida.

Infomercadotecnia social

Cuando decimos «cero publicidad» como uno de los principios de la información trascendente, nos referimos al estilo sensacionalista que también hace su incursión en estos géneros con un sentido mercantil comercial, especializado en la venta de algún producto comercial, de una promesa política o de imágenes institucionales que buscan ser posicionadas. La superación de este estilo ha intentado ya llevarse a efecto desde algunas de sus propias derivaciones, como el *marketing* social o la mercadotecnia social, que valiéndose de su instrumental se proponen trabajar en temas relacionados con el bienestar de las personas. En esta línea, Valls⁶¹ afirma que «la satisfacción social es una fase ulterior del *marketing* tradicional, comercial, porque amplía su centro de atención del consumidor individual a la preocupación por sus condiciones de vida» o el beneficio individual y social.

Es un modelo comunicacional que prioriza las percepciones imitativas, así como el cuestionamiento de lo suyo propio para dinamizar las necesidades y deseos de progreso. En la medida en que busca persuadir, empieza sensibilizando sobre los conocimientos, actitudes y

frente a una posible erupción del volcán Cotopaxi» (tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2017), 35.

60 Ibid.

61 Josep-Francesc Valls, *Estrategias y tácticas de marketing: Interpretando al consumidor en su kilómetro cero* (Barcelona: Profit Editorial, 2014), 58.

prácticas que tienen las poblaciones sobre el tema motivo de la experiencia de comunicación. Este momento puede resaltar los elementos positivos que se identifican con lo que se propone, o (por lo general es así) enfatiza en el cuestionamiento de los aspectos negativos. Una vez realizada la sensibilización, dice la propuesta, se puede persuadir mostrando los beneficios que se plantean como soluciones válidas.

Como se puede apreciar, este proceso, característico de la corriente persuasiva, empieza con un mapeo del público objetivo, realizando segmentaciones que lo delimitan en detalle como actores a los que se busca convencer, pero que también son incorporados como proveedores de opiniones sobre los procesos que se están realizando. Estas reacciones, contenidas en sus conocimientos, actitudes o prácticas, son recogidas para alimentar ajustes en las propuestas y en los mensajes que se difunden.

Para desarrollar estas experiencias se sugiere elegir una causa colectiva, de carácter social, y definir claramente los objetivos que se busca alcanzar. Para esto se requiere elegir las acciones comunicacionales pertinentes y, algo que es fundamental, incorporar a la ciudadanía no solo como consumidor mediático, sino provocando su participación activa, tanto en los procesos de comunicación como en las acciones sociales que se impulsan.

Y aquí radica la diferencia, aunque en la mayor parte de sus aplicaciones se limita a la retroalimentación o *feedback*, que —como sabemos— suele manipular las respuestas, por lo que no provoca participación genuina. El mecanismo más conocido para estos procesos es la campaña mediática-social, que busca promover cambios en las personas y en sus condiciones de vida a fuerza de mensajes cortos y reiterativos.

Recogiendo esta base de propuesta, que no satisface la consideración del polo de la recepción como un espacio activo de producción discursiva, lo que proponemos es transformar el sentido difusionista a partir precisamente de las formas de apropiación y recrea-

ción de los mensajes por parte de las poblaciones definidas como los destinatarios. Esto es, que de destinatarios pasen a ser protagonistas, y de consumidores se conviertan en ciudadanos.

Un buen camino para ello es trabajar lo que con acierto Sandra Massoni denomina «completamientos», es decir, aquellas acciones que las ciudadanías realizan a partir de la inspiración que les provoca el conocimiento de propuestas familiares, en su diálogo con ellas. Llevar adelante este proceso supone realizar actividades tanto en los modos de producción como de recepción de los mensajes, partiendo siempre del otro comunicacional y ya no del mensaje que tiene que ser transmitido. Este mensaje tiene que someterse, en su contenido y en su forma, a las características de recepción y consumo de las poblaciones.

La experiencia de comunicación con esta modalidad informativa tiene que tomar en cuenta que trabajar infomercadotecnia social supone el desarrollo de un proceso continuo, es decir que no se detiene en objetivos de corto plazo y que su razón de ser está en la vida de la gente.⁶² Esto implica pensar en procesos de largo plazo, que llevan a que la comunicación actúe en propuestas multidisciplinarias.

De esta forma, las propuestas de comunicación son fundamentalmente interactivas, de ida y vuelta, con la posibilidad de desarrollar diversas acciones comunicacionales interconectadas, tales como informar, orientar, educar, promover actividades, persuadir comportamientos, alentar la participación, y animar procesos de organización y movilización. Entonces, sin entrar en contradicción con el principio de «cero publicidad» en el sentido comercial sensacionalista, la infomercadotecnia social es un recurso útil si en su construcción prima un sentido educativo, porque no se trata de vender productos ni candidatos, sino de promover y comprometer la participación ciudadana en acciones de beneficio colectivo.

62 Loren Altagracia Marcos Rodríguez, «Marketing social», *Escuela de Organización Industrial*, 30 de enero de 2012, <https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/01/19/marketing-social/>.

En tiempos de coronavirus, este procedimiento encaja bien en los propósitos de reforzar la búsqueda de responsabilidad individual de las personas para la adopción de las medidas de distanciamiento y aislamiento social, dando a conocer sus componentes, sus características, sus condiciones y sus beneficios, y reconociendo a las ciudadanías como las protagonistas de la contención de la pandemia. Este protagonismo es más eficaz cuando la propia ciudadanía es incorporada en responsabilidades tales como el control de las salidas de las viviendas en sus barrios o comunidades, el cuidado de la distribución de alimentos y sus precios o la información sobre la situación de salud en su lugar de residencia, entre otras.

En esta línea, es recomendable privilegiar los mensajes positivos, esperanzadores, los que se enfrentan al miedo para que las poblaciones decidan quitarse los temores y encarar caminos de esperanza. La infomercadotecnia social no es un recurso válido para combatir el miedo sembrando más miedo, porque sus propósitos podrían tener resultados contraproducentes, tanto de rechazo a las propuestas de comunicación como de conductas de pánico, que se convierten en aliadas de la pandemia.

Lo vimos en uno de nuestros países, donde está circulando un *spot*, nada menos que de origen oficial, que escenifica al COVID-19 amenazante, de terror, tanto que obliga a jugar con el *zapping* y cambiarlo. Seguramente con el propósito de arreglarlo, a continuación pasan otro *spot* que muestra ciudadanas triunfantes afirmando que no serán derrotadas por la pandemia porque cumplen con las recomendaciones.

Mucho más productivo, sin duda, sería narrar historias, en una sucesión de casos con personajes reconocidos en la cultura local, regional o nacional. Las series radiofónicas y televisivas generan mejor apropiación, confianza y empatía, además de tener un costo menor. Hay que recuperar los géneros dramáticos, las radionovelas y teleseries. Pero si de *spots* y cuñas se trata, la apelación tiene que ser fundamentalmente educativa.

Capítulo VI

Gestión de la comunicación en tiempos de COVID-19

Multiplicidad de voces rondan en el ambiente y cada una pretende convertirse en la última palabra. Algunas tienen fundamento. Otras navegan en el mar de las especulaciones. No faltan las que tienen por vocación desorientar. El mundo comunicacional no tiene fronteras y los conocimientos se abren a los miedos, los atisbos y las alternativas que empiezan a rondar por el planeta a la par que el coronavirus.⁶³

En un ambiente como este, polifónico, es imprescindible la guía de una voz oficial, capaz de aglutinar en consensos otras voces para convertirlas en una sola y organizar con ella la acción colectiva. Esta voz, para denotar el liderazgo que se requiere para conducir coordinadamente un proceso tan complejo y que necesita de la participación de todos, debe predicar con el ejemplo y tiene que gestionar de manera adecuada y estratégica los procesos de comunicación.

Consideramos a las organizaciones como «instituciones dialogantes» o «actores con vida propia, ciertamente creadas por los sujetos y conducidas por ellos, pero a la vez externalizadas en su dinamismo, además de estar dotadas de la capacidad para (re)construir discursos».⁶⁴ Es decir que las organizaciones son sistemas complejos capaces de desarrollar procesos de autoorganización, que tienen me-

63 Adalid Contreras Baspineiro, «La vida después del coronavirus», *Signis ALC*, 23 de abril 2020.

64 Contreras Baspineiro, *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación*, 135.

moria y habilidad de adaptación a los cambios y que transan permanentemente con los contextos en los que se definen sus existencias.

Con este marco de comprensión sobre el valor institucional en la comunicación, en este capítulo vamos a analizar los aspectos básicos e imprescindibles, o requisitos mínimos, en la gestión de la comunicación por parte de entidades públicas, privadas o comunitarias para combatir el coronavirus, con consecuencia y coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, predicando con el ejemplo para que las relaciones que establezcan las instituciones estén basadas en la confianza.

Predicar con el ejemplo

La voz oficial, expresada por el más alto nivel de autoridad del territorio que corresponda —por ejemplo, la presidencia de un país, el ministerio de salud, la gobernación de una región o el alcalde de una ciudad—, debe tener presencia permanente, como compañía, como guía y como dirección. Su intervención tiene que ser oportuna, directa, sin rodeos, clara, con autoridad moral, que no dé lugar a dobles interpretaciones, orientadora, inclusiva y esperanzadora.

El acto de refrendar las palabras con los actos o pregonar con el ejemplo tiene algunas características básicas, que veremos a continuación.

Coherencia

La voz oficial debe ser solo una; *no puede caer en contradicciones* porque versiones distintas sobre un mismo hecho generan confusiones en un ambiente social que ya de por sí es incomprensible. Las contradicciones no solo que alimentan la incertidumbre, sino que crean desconfianza, lo que podría resultar en situaciones de mayor anomia.

Un ejemplo es cuando las autoridades gubernamentales brindan información sobre la situación de afectación con datos de todo el país y las autoridades regionales brindan también, con carácter

oficial, datos de su territorio que no se corresponden con los del nivel nacional. En consecuencia, lo que se logra, más que información creíble, es desconcierto.

Coordinación

Por lo anterior, la coordinación horizontal y vertical de todos los niveles es una condición de posibilidad o requisito para un liderazgo claro y constructivo. Esto requiere: trabajo de equipo al interior de cada institución; trabajo coordinado y permanente entre gobiernos nacional, regional y local; coordinación entre municipios vecinos; articulación de decisiones entre los poderes ejecutivo, legislativo y judicial; pactos amplios por la vida entre todos los frentes políticos de un país; articulaciones plurales entre gobiernos, academia, empresarios, medios de comunicación, organizaciones de profesionales de la salud y organizaciones representativas de la sociedad civil, y acciones multilaterales en el marco de los esquemas de integración.

La contención de la pandemia es tarea de todos y este postulado debe tener su correlato en las formas de organización y gestión de las acciones.

Estrategias claras

Es necesario tener claro el objetivo que se desea alcanzar y la estrategia que se seguirá. En estos tiempos de coronavirus no existe un solo camino, cada país define el suyo en función de sus propias posibilidades estructurales, culturales, financieras y de infraestructura de salud. No obstante, las estrategias asumidas por cada país no son necesariamente replicables en los otros, aunque ciertamente operan como referencias paradigmáticas que pueden inspirar decisiones.

Un ejemplo: si bien el objetivo compartido por todos los países del planeta es aplanar la curva y mantenerla en niveles posibles de ser sostenidos por los sistemas de salud respectivos, existen caminos

diferenciados para cumplir este propósito de mitigación del problema. En los países asiáticos se optó por un control individualizado gracias a su tecnologización, que hace del *big data* una alternativa de solución para identificar transmisores o afectados por el virus y darles el tratamiento que corresponda. En los países occidentales la opción es el aislamiento social porque eso es lo que pueden realizar, fortaleciendo paralelamente los sistemas de salud y de bioseguridad.

Los casos expuestos expresan concepciones, propósitos y estrategias diferenciadas para objetivos similares. En cada país, estas definiciones y otras relacionadas con diversos temas que forman parte de la problemática del COVID-19 tienen que ser formuladas de manera explícita, sistemática y rigurosa, aterrizando en las formas de ejecutarlas.

Liderazgo

La intervención estatal en la solución de pandemias es una acción de liderazgo con acompañamiento ciudadano; de un liderazgo que demuestra en la práctica que la prioridad es la vida de la población; de un liderazgo inclusivo sin colores partidarios, y un liderazgo democrático que comparte iniciativas con todos los sectores, no con autoritarismos, sino con capacidades.

Este liderazgo se consolida en la capacidad de coordinación y comando de la toma de decisiones y del proceso de puesta en práctica de las medidas de protección. Necesaria y mínimamente debe abarcar estas responsabilidades: 1. el abastecimiento alimentario y farmacéutico; 2. la garantía de servicio comunitario, como un plan de limpieza y salubridad o transporte adecuado; 3. la atención oportuna a la población con adecuadas condiciones de curación de los afectados; 4. el orden, con medidas claras, conocidas y cumplidas, y 5. la alimentación de esperanzas, con información e intervenciones oportunas y cercanas a la población.

Socialización

Las opciones tienen que estar claras y, tanto en su formulación general como en sus procesos, deben ser conocidas por la población para que el compromiso de participación esté refrendado con expectativas posibles de ser alcanzadas y no por falsas ilusiones, que suelen ser fruto de la desinformación.

Acudo a un ejemplo: muchas personas creen que al cabo de las cuarentenas, que son la concreción del sacrificio o aporte colectivo, habrá desaparecido la pandemia. Sabemos que esto no es cierto, pero mientras no se informe y oriente a la población aclarando que el aislamiento no elimina la pandemia, sino que contribuye a aplanar la curva de su incidencia a niveles en que los gobiernos puedan responder con la capacidad instalada que tienen para la atención de los afectados, esta inexactitud seguirá rondando en el ambiente como un criterio legitimado.

Desde un inicio, las políticas institucionales tienen que ser claras sobre los alcances reales de las medidas en este y otros temas. No se pueden alimentar falsas ilusiones.

Puntualidad

La voz oficial no puede estar sometida a formatos de creación de expectativa, pues ya este estado de ánimo está instalado en la realidad. La voz oficial debe expresarse dando cumplimiento a sus anuncios, sin dar lugar a posibles especulaciones por la informalidad en el tratamiento de lo que se comunica. En este caso pesan los detalles.

Un pequeño ejemplo de esto es cuando los canales oficiales de comunicación pregonan que a X hora la máxima autoridad del país hará anuncios importantes en una conferencia de prensa, para lo que invita a todos los medios a sumarse en cadena. Sin embargo, a la hora indicada no se produce el evento y nadie explica nada, como en

los aeropuertos cuando los vuelos están retrasados. Por su parte, la gente, expectante, que dejó de hacer otras actividades para prenderse a los medios, enterarse y tomar decisiones que en estas situaciones siempre son importantes, se inquieta, especula, se fabrica historias.

Es cierto que el anuncio que finalmente se realiza minutos u horas después calma las expectativas, pero en el intervalo generó un innecesario estado de malestar, con motivación negativa en los ánimos ya afectados de la población y con niveles acumulativos de pérdida de credibilidad. Como dijimos, son detalles y, por eso mismo, evitables con una adecuada planificación.

Seguridad

Las informaciones oficiales tienen que manejarse con la mayor discreción en los niveles oficiales para que se emitan en el momento oportuno y por los canales adecuados. Cuando las decisiones por tomarse se filtran, no importa por qué medio, estas corren rápidamente y, sean ciertas o no, llevan a la población a tomar previsiones por fuera de las medidas oficiales. Las noticias circulan raudamente en estos tiempos de comunicación e información.

Transparencia

Todo evento oficial, como un gabinete ministerial, una reunión de parlamentarios, un concejo municipal o una reunión del comité de emergencia, si es que no se permite la transmisión en vivo de los eventos, debe siempre culminar en espacios de información oficial, ya sea mediante conferencia de prensa, comunicado oficial, nota de prensa, entrevista o lo que fuere necesario. Así se podrá satisfacer la expectativa que estos eventos generan en la población, pendiente de saber si habrá ampliaciones o recortes de la cuarentena, si se encapsularán

territorios, si se proporcionarán medicamentos o si deben abastecerse de víveres. La transparencia es un requisito de la convivencia.

Un ejemplo: en uno de nuestros países, a diferencia de la generalidad de los otros que tomaron como política desarrollar pruebas masivas para detectar si las personas están afectadas, se optó por una política selectiva de pruebas o diagnósticos en los lugares y casos donde hay evidencia de contagios. La medida, por supuesto, suscitó debate y opiniones encontradas porque se estrellaba contra uno de los pocos puntos comunes y comprobados de contribución a la contención técnica de la pandemia. En realidad, la decisión obedecía a razones técnicas y financieras, pero como no se lo planteó así, el problema adquirió matices políticos.

Inclusiones

Predicar con el ejemplo pasa comunicacionalmente por adoptar un lenguaje inclusivo para un tema que, en la realidad, no excluye a nadie. El «nosotros» es el término adecuado que representa posiciones de gobierno e incluye responsabilidades compartidas con la ciudadanía. En estas situaciones, el «yo» es un recurso lingüístico inoportuno, que podría tener impacto de posicionamiento personal proselitista, posiblemente, lo que no es válido cuando el desafío es arribar a soluciones colectivas en un problema comunitario.

Aprendizajes

Cada día, cada paso, durante el proceso y a su conclusión, tiene que servir como escenario de lecciones aprendidas, en todos los campos: de política pública, financiero, de capacidad logística, de atención profesional, de comunicación, de coordinación interinstitucional y otros, para enriquecer las capacidades del país en situaciones inesperadas e indeseadas como la que estamos sobrellevando.

En tiempos de coronavirus, la comunicación provoca interacciones con orientaciones, información y espacios de diálogo que generan corresponsabilidades y solidaridades, así como con la participación individual y colectiva en el cumplimiento de las medidas, lo que garantiza su seguridad personal y familiar, además de contribuir a la seguridad de la sociedad. Los liderazgos tienen que trabajar ambas dimensiones.

En la construcción de solidaridades, soluciones y esperanzas, es fundamental el rol de los gobiernos, más aún cuando asumen que, en situaciones de crisis, la prioridad de las medidas se dirige a la población más vulnerable, como los trabajadores informales cuyo ingreso diario se genera en actividades en la calle, los niños en la calle, los ancianos o los mendigos. La opción por los pobres no contempla exclusiones, sino medidas justas y equilibradas.

Para cerrar este punto, que caracteriza la identidad de los organismos responsables de coordinar procesos de combate a la pandemia desde la gestión de políticas públicas y la comunicación, mostramos una manera sencilla para subrayar el papel de las organizaciones llamadas a liderar los procesos. Esta consiste en recuperar sentidos lingüísticos, roles, responsabilidades y acciones acudiendo a las cinco vocales, como se muestra a continuación.

- **A** de acompañamiento permanente.
- **E** de eficiencia en todas las medidas y en cada paso.
- **I** de integridad en las acciones, sin buscar otros réditos más que la vida.
- **O** de oportuno en un contexto en el que todo es urgente.
- **U** de unidad, porque la pandemia no distingue afectados, todos somos vulnerables y la única manera que tenemos de combatir al monstruo es involucrándonos en una tarea de todos.

Fuente y elaboración propias

Ámbitos de la gestión de la comunicación

Reconocemos que existen otros elementos que forman parte de la vida y de la dinámica organizacional. Sin embargo, debido a la urgencia de sugerir caminos en estos tiempos de coronavirus, que llevan a optar por alternativas de realización inmediata y al mismo tiempo imprescindibles, en el gráfico 8 describimos las funciones principales de la gestión de la comunicación en tiempos de coronavirus.

Gráfico 8
Ámbitos de la gestión de la comunicación



Fuente: Adalid Contreras Baspineiro, *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación* (Neiva: Editorial Universidad Surcolombiana, 2018), 234.

Elaboración propia

Cuando hablamos del ambiente, nos referimos a la situación social, la realidad que se vive con la afectación de la pandemia y los procesos de reproducción social, que es necesario que sean vistos, analizados y categorizados para una intervención adecuada en ella. Para esto, es de vital importancia la creación y funcionamiento de

un observatorio, en este caso, de los procesos de comunicación en la contención de la pandemia.

En el cuadro anterior se expone una serie de tareas por desarrollar, de las cuales quisiéramos destacar especialmente dos. La primera es el seguimiento cotidiano, por todos los medios, de las construcciones discursivas que discurren tanto en el mundo oficial como ciudadano. Este ejercicio va a permitir tomar decisiones con respecto a los temas que se tienen que tratar, incorporar, aclarar o profundizar, del mismo modo que las formas de expresarlos. El segundo elemento que destacamos es el de la identificación de áreas críticas para intervenir propositivamente en ellas.

La organización está referida a la constitución interna de las entidades responsables de la coordinación de los procesos y, especialmente, de las instancias de comunicación. Los mecanismos y estructuras de organización interna tienen su correlato con la comunicación institucional, especialmente con la finalidad de garantizar que esta sea oportuna, adecuada y fluida.

La estructura garante del funcionamiento de los procesos de comunicación que acompañan a las medidas de contención de la pandemia es el Comité de Crisis, que debe tener una composición multidisciplinaria, con capacidad para identificar con agilidad los problemas y plantear recomendaciones. Este comité es responsable del diseño de una estrategia y una programación, además de trabajar a diario el plan de mensajes. Estos deben ser claros, relevantes y concisos, para que en su circulación mediante la acción de voceros o comunicadores de medios y autoridades se guarde coherencia en el discurso, así como interrelación con la realidad. En su funcionamiento, el Comité de Crisis debe activar canales de comunicación para atender dudas, fomentar la participación y garantizar la transparencia.

La articulación de las organizaciones responsables de coordinar los procesos de contención de la pandemia con la sociedad se basa en

una genuina relación democrática y de total transparencia, con información diaria trascendente, confiable y útil para la población, de modo que, además de movilizar la opinión pública, estos espacios sirvan de dinámicas educativas y de orientación. Estos espacios son momentáneos, pero oportunos, como los informes y conferencias de prensa, o permanentes, por medio de comunicados, datos y reflexiones compartidos en programas mediáticos identificados, así como en un sitio web especialmente dedicado al seguimiento de la evolución del coronavirus.

Capítulo VII

Comuniquemos esperanza

Lo escrito en los capítulos sobre las condiciones de reproducción y acerca de las situaciones de comunicación, lo reconocemos, es incompatible con el rol de quienes están aportando a la contención del coronavirus. En la práctica, con sus formas de vida cotidiana basadas en la responsabilidad, la solidaridad y el trabajo por una cultura de la vida, se convierten, precisamente, en la respuesta más contundente a la tríada cómplice de COVID-19: pandemia desconocida-efectos perversos del neoliberalismo-individualismo, así como a los factores comunicacionales que dan lugar a la pandemia informativa: difusionismo publicitario-sensacionalismo-*fake news*-sobreinformación.

Si la alternativa a la pandemia es la vida, que se construye mediante un pacto solidario, debemos trabajar los caminos que construyan esta esperanza, partiendo de las trayectorias, es decir, de los acumulados vivenciales de las ciudadanías. En otras palabras, los modos de constitución de esos sitios de esperanza, esto es, de vida digna, parten de las experiencias concretas de vida comunitaria y de solidaridad que se labran creativamente como alternativas a las vivencias regresivas que genera el miedo y lleva a las ciudadanías a un quietismo y victimización asentadas en pesimismo conducidos por el pánico y la incertidumbre sin respuestas. Ya que estas respuestas no llegan de la nada, como llegó aparentemente el COVID-19, hay que construirlas.

Y claro que existen construcciones esperanzadoras, que vamos a recuperar en este capítulo. Para ello, proponemos mirarlas desde los ojos de la educomunicación en su espíritu fundante con la pe-

dagogía liberadora de Freire, que nos señala caminos para entender sus procesos, para luego clasificarlas tomando de la realidad algunas categorías clave, como la familia en aislamiento social, la socialización en las calles cuidando las distancias, los roles de los servidores públicos, las características de las políticas públicas y las funciones de la comunicación que comunica.

Transiciones de la cultura del silencio a la cultura de la esperanza

En las respuestas al embate del COVID-19, por lo general, la prisa lleva a replicar experiencias que ocurren en otros espacios o a repetir fórmulas de otras dimensiones que no corresponden a situaciones de crisis y, en consecuencia, no son pertinentes. También la recomposición de la sociedad invita a recrear concepciones y modos de hacer comunicación, como corresponde.

Pero también existe otra vía, rápida y efectiva: mirar en la propia historia y recuperar como fuente de inspiración la memoria acumulada. En América Latina, fuente generadora de notables experiencias motivadas por las luchas reivindicativas de sus pueblos, este ejercicio es obligatorio. Aquí nacieron los radios populares y la comunicación popular, en nuestros territorios se dio la vuelta a la comunicación para el desarrollo, desde nuestras voces se trazó la comunicación horizontal y participativa, en nuestros haceres y pensares se condensaron los argumentos para las teorías de las mediaciones, y es en este continente donde se está escribiendo la comunicación para el vivir bien o buen vivir.

En estos paradigmas y en las experiencias ciudadanas están contenidas las respuestas esperanzadoras al coronavirus; no hace falta buscarlas en otras fronteras. Ahora el mundo está contenido en una pandemia que nos globaliza en el dolor. Es imprescindible, en la tarea de recrear la comunicación, asumir el desafío planteado por nuestro

inmortal Luis Ramiro Beltrán, en el sentido de que primero están las prácticas,⁶⁵ o que las prácticas están caminando por delante de la teoría, por lo cual corresponde poner la teoría al día.

Dadas las características de una pandemia que se compone de incertidumbre, de sufrimiento y de muerte, una herramienta para mirarla en esta crudeza —pero no para contemplarla, sino para entenderla, discernirla y transformarla— es la comunicación educativa, de cuyas distintas expresiones recuperamos los horizontes de «la educación como práctica de la libertad» que nos propone el maestro Paulo Freire. El texto en cuestión basa su tesis en la concientización, con «una educación que intentase el pasaje de la transitividad ingenua a la transitividad crítica, ampliando y profundizando la capacidad de captar los desafíos del tiempo».⁶⁶

En este esquema encontramos basamentos importantes para su aplicación a la realidad sociocultural y comunicacional establecida con la arremetida destructiva del COVID-19. Vamos a identificar los elementos que hacen parte de la cultura del silencio, los que componen la fase de transición y los de la cultura de la esperanza, que en la propuesta de Freire supone la conciencia crítica.

Antes de entrar a este análisis, a la distancia del tiempo transcurrido desde la propuesta iluminadora de Paulo Freire en los años sesenta del siglo pasado y saltando también las diferencias entre las características de dominación en una sociedad colonizada que inspira su obra y una sociedad dominada por el miedo generado por la pandemia, que nos inspira ahora, es menester asumir un proceso en permanente transición. Se trata de una comunicación que, en su

65 Luis Ramiro Beltrán, «La comunicación para el desarrollo en América Latina: Un recuento de medio siglo», *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación* 4, n.º 8 (2006): 56. El texto original fue presentado en el III Congreso Panamericano de la Comunicación, realizado en Buenos Aires del 12 al 16 de julio de 2005.

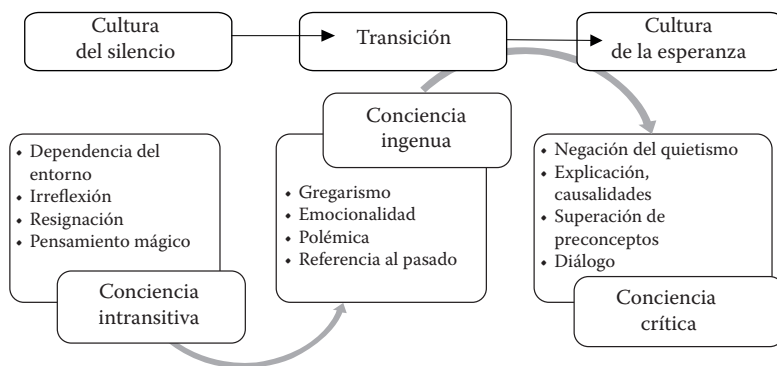
66 Paulo Freire, *La educación como práctica de la libertad* (Montevideo: Tierra Nueva, 1971), 104.

permanente caminar, permite dinámicas con mediación de las exclusiones y:

en este acto de resistencia, de reencuentro y de proyección constituyente se ubica la participación *diaspórica*, reconociéndola como el punto de partida para las transformaciones, y como el camino que se sigue en un espacio abierto al descubrimiento, a las interacciones, a la negociación, al intercambio, a las relaciones, a las solidaridades, a las complementariedades y a la creación de sociedades que están en permanente movimiento integrando a los dispersos y los marginados que evocan el futuro casado al origen que lo recrean desde los lugares que transitan.⁶⁷

Estamos en camino, con procesos que siguen a Freire, como se explica en el gráfico 9.

Gráfico 9
Del silencio a la esperanza



Fuente y elaboración propias

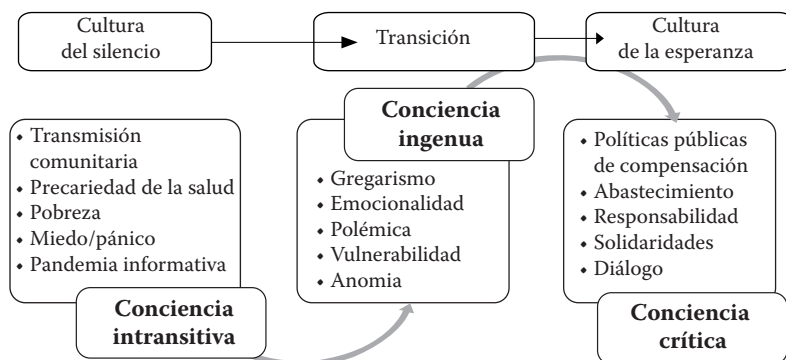
67 Contreras Baspineiro, *Jiwasa: Comunicación participativa para la convivencia*, 36.

En la conciencia intransitiva, que se corresponde con la cultura del silencio, la sociedad se legitima en un estado de dominación (o «colonización» en palabras de Freire), que en su inercia se condena a reproducirse en sí misma, en su eterna situación de dominación. La conciencia ingenua es una transitividad que arrastra la esencia de los factores del proceso anterior, aunque se mueve con los elementos que señalamos en el esquema: el gregarismo, porque se tiende a la segmentación social en grupos de referencia cercanos; las actitudes emotivas dominan los modos de socialización; la polémica se sobrepone al diálogo, y las seguridades radican en el pasado, en el acumulado, mas no en la construcción de capacidades para afrontar el futuro. Aunque se debe destacar que en esta transición se va forjando un sentido común de recorridos y trayectorias que remueven el quietismo propio de la cultura del silencio.

La conciencia crítica, que se corresponde con la cultura de la esperanza, representa el encaminamiento de un proceso de transformaciones subjetivas individuales y comunitarias colectivas. Tiene una perspectiva en el futuro («un devenir» dice Freire), un futuro nuevo, trascendente, que se va configurando en el aquí y el ahora de una sociedad que mira la realidad cuestionando los preconceptos de dominación, busca explicaciones a las causas de las realidades, supera el quietismo que legitima la inacción y —esto es vital para los procesos de educomunicación— construye y dinamiza formas de participación en encuentros dialogales, de intercambios de significados entre los distintos actores, en un marco de respeto por los saberes y experiencias de los otros.

Si se aplica este esquema a los tiempos de coronavirus, tenemos la composición que se observa en el gráfico 10.

Gráfico 10
Transiciones en tiempos de coronavirus



Fuente y elaboración propias

Como se puede apreciar, la fase de la conciencia intransitiva y de la cultura del silencio acoge las formas de reproducción social basadas en la asolada de una pandemia desconocida, la pobreza, las dificultades para acatar medidas, el individualismo y el egoísmo, junto con los elementos de la pandemia informativa (difusionismo publicitario, sensacionalismo, *fake news* y sobreinformación). Además, predomina una situación de miedo con tendencia al pánico.

La transición es todavía fuertemente emotiva, producto de una sociedad con incertidumbre; predominan los gregarismos, especialmente familiares, con tendencia a la propia subsistencia; se manifiestan diferencias políticas que dificultan el desarrollo de las medidas, y no se superan los comportamientos anómicos de grupos y personas que o no pueden o no quieren acatar las medidas. El riesgo de asolamiento de la pandemia es alto y, a la vez, incierto.

En la fase de conciencia crítica o cultura de la esperanza, las políticas públicas expresan con claridad su sensibilidad y opción por

los más pobres; los servicios públicos garantizan el abastecimiento y saneamiento; los hospitales mejoran su capacidad de atención y de bioseguridad; se suman muestras de solidaridad en distintos espacios; como resultado de aprendizajes significativos se incrementan los niveles de responsabilidad individual y colectiva, y en las formas de relacionamiento comunicacional priman las formas basadas en la participación y el diálogo.

Existen caminos para la esperanza

En la actualidad, la mayoría de los países está trabajando por contener la pandemia evitando el paso de la etapa de transmisión local a la de transmisión comunitaria. De no hacerlo, podrían derivar en desbordes incontrolables para las posibilidades de atención de nuestras precarias condiciones de salud, como ya ha ocurrido en distintos lados.

Este proceso ha estado plagado de expresiones de la cultura del silencio, las cuales hemos analizado en los dos primeros capítulos de este trabajo que tratan sobre las condiciones de reproducción social y comunicacional. En paralelo y en tensión con aquellas, a las que intentan superar, ocurren también experiencias de distinta dimensión y espesor, que calificamos como caminos de esperanza porque son transiciones hacia una etapa de conciencia crítica, con un sentido liberador de los condicionamientos del COVID-19, y que alimentan las posibilidades para los pactos solidarios por la vida.

En este acápite, desde una perspectiva comunicacional, vamos a revisar algunas de estas acciones, a las que concebimos como fuentes para seguir caminando, puesto que no son en sí mismas las soluciones, sino las semillas que permitirán alimentar, en un proceso permanente y de largo plazo, otras formas de transición. Parecen pequeñas, pero son gigantescas como expresiones de otras formas de vida, son vitales para enfrentar la pandemia y constituyen los cimientos para edificar más adelante otras formas de sociedad, en la dinámica

de una resiliencia social, es decir, de las sociedades recomponiéndose a sí mismas.

Hemos identificado caminos de esperanza en los hogares, en las medidas de distanciamiento social, en el reconocimiento de quienes trabajan para combatir la pandemia, en el ejercicio público de las instituciones, y también en formas creativas de hacer comunicación. En este ejercicio, que se presenta en el cuadro 2, hemos contrapuesto elementos característicos de la cultura del silencio y de la cultura de la esperanza para cada ámbito. En el camino de una a otra, como el factor que moviliza el paso desde una conciencia intransitiva hasta una conciencia crítica, anotamos elementos propios de la comunicación.

Cuadro 2
Prácticas concretas como caminos de esperanza

Ámbitos	Cultura del silencio	Comunicación	Cultura de la esperanza
En la familia (aislamiento social)	<ul style="list-style-type: none"> • Violencia intrafamiliar 	<ul style="list-style-type: none"> • Denuncia • Diálogo • Mediaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Roles compartidos • Convivencia en el hogar • Responsabilidad • Sueños compartidos
En las calles (distanciamiento)	<ul style="list-style-type: none"> • Anomia 	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexión • Orientación 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidades • Solidaridades • Aprendizajes
De solidaridad ciudadana (servicios públicos)	<ul style="list-style-type: none"> • Burocracia • Autoritarismo • Discriminación 	<ul style="list-style-type: none"> • Ira • Diálogo 	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia y calidez • Diálogo • Reconocimiento • Solidaridad

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

Por el bien común (políticas públicas)	<ul style="list-style-type: none"> • Primacía del capital • Polarización política 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpelación • Participación 	<ul style="list-style-type: none"> • Primero la vida • Tarea de todos • Transparencia • Estrategias
Comunicación (espacios de comunicación)	<ul style="list-style-type: none"> • Pandemia informativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Relacional • Práctica social 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación educativa • Información trascendente • Gestión de la comunicación • Buenas prácticas

Fuente y elaboración propias

José Laso dice que el análisis que hace Freire sobre la conciencia se ubica en su manera de pensar la historia, a la que caracteriza de la siguiente manera:

época histórica, espíritu de la época, integración del hombre al espíritu de su tiempo [...]. Esto hace que los niveles de conciencia sean pensados sincrónica y, a la vez, diacrónicamente, es decir como capacidad de comprensión de la realidad y, en este caso, recubren comportamientos, modos de vida, fruto de un pasado colonial, y diacrónicamente en cuanto mirados desde el proceso histórico-social: niveles de inmersión y emersión de la conciencia.⁶⁸

Los niveles sincrónico y diacrónico son también los espacios en los que se tienen que analizar los factores que intervienen en la arremetida del coronavirus en nuestras sociedades, así como los ámbitos para discernir los factores a partir de los cuales se deben construir los caminos de la esperanza, quitándonos los miedos que provoca la cultura del silencio.

68 José Laso Rivadeneira, *Lectura (hiper)textual: Pensamiento y método de Paulo Freire* (Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2018), 46.

Construir hogar

Se escribirá mucho sobre la vida familiar en la experiencia de la cuarentena y no faltarán las notas que destaquen la violencia en algunos o la dejadez en otros hogares. Existen, es cierto, pero no es justo que sea así, por eso los procesos de comunicación tienen que denunciarlos, condenarlos e incorporarse en la mediación que señale caminos de esperanza para las personas afectadas, por lo general, mujeres y niños.

En el fondo del problema, el arrastre del machismo y el patriarcalismo representa taras que favorecen la expansión de la pandemia. Estas tienen que ser erradicadas, con caminos claros en este proceso y con políticas integrales efectivas más adelante. El tiempo que estamos viviendo ha servido para reclamar medidas contundentes, extremas, frente a este problema y demandar su incorporación en primera línea de los planes y presupuestos nacionales.

Más allá de este mal endémico, en la vida familiar están ocurriendo otros procesos, distintos, que se construyen en el espíritu de quienes decidieron perder los miedos y acoger comunitariamente las cuarentenas como el camino para ganarle a la pandemia. Una de estas expresiones se da en los hogares donde sus miembros han aprendido a valorar y a compartir los roles del trabajo doméstico. Muchos varones hemos aprendido a apreciar el arte de cocinar, superando el inicial impulso de mostrarnos en fotos y videos que recorren los chats de familiares y amigos en inusuales poses cocinando. Luego esto se hace común y ya la foto no hace falta, sino la práctica compartida. Además, de la inicial obra culinaria de freír huevos, pasamos a combinar ingredientes de deliciosos y complejos platillos. Todos salimos ganando.

Muchos hogares han distribuido horarios con el criterio de poner a los niños, a los hijos, en el centro de atención, desde donde avanzan a la convivencia que comparte información, juegos, tareas, intercambios y explicaciones de temores, planes, actividades. Se hace hogar. Se gana en valores de confianza y de aprecio.

Muchos padres están dialogando ahora sobre las aspiraciones de sus hijos y se están comprometiendo a trabajar juntos para que mañana, cuando pase la pandemia, estos sueños se hagan realidad. Será más fácil después de la experiencia compartida para garantizarse supervivencia y contribuir a la vida en sus sociedades.

En las calles

En las experiencias de distanciamiento social ocurren también aprendizajes individuales y colectivos. Un amigo me decía que parecemos suizos por la disciplina en las distancias de las filas, por el respeto a los que están en ellas, por los esfuerzos para ser pacientes (que no es lo mismo que resignados), por la tolerancia asumida en largas filas que parecen interminables. Me pongo a pensar en los días normales de las filas en el estadio de fútbol o a la entrada del cine, donde no se respetan las filas porque amigos que ven caras conocidas se ponen delante de uno con el mayor desparpajo, o porque la impaciencia provoca griteríos y ambientes que desesperan. Esta es otra experiencia.

Dentro de los locales comerciales la disciplina se rompe, «sin querer queriendo», con la experiencia que vivimos muchos varones que no sabemos movernos en esos laberintos porque no conocemos dónde está cada producto ni cuánto cuestan normalmente. Me he sometido a atolladeros, y los he provocado, con la revisión de las listas que nos dan con lujo de detalle nuestras compañeras y porque no podemos tomar decisiones sobre una u otra opción sin consultar por teléfono o tomando fotos de cada producto para recibir opiniones. En realidad, esto que lo cuento de este modo no es para nada trágico, sino solo novedoso.

Hay aprendizajes en el camino. Y desde estos pequeños detalles que hacen a la nueva vida cotidiana se van tejiendo otras formas de organización de la familia y otras valoraciones para construir hogar.

Me he puesto a imaginar, mientras formo parte de las filas interminables, en qué piensan los que me rodean. Y concluyo que, sin duda, las historias que anidan en las mentes de mis compañeros de espera son tantas como tantos forman parte de la fila. Pero hay un elemento común en las filas, en los pensamientos y en los hogares: de la cultura rauda de los días bulliciosos, que provocan evasión, se ha encontrado un tiempo para la reflexión, para la meditación o para poner el sentipensamiento en mil historias, no importa cuáles.

Lo que importa es que hay un nuevo criterio de valoración del tiempo pincelado por esas filas de mercado en las que casi todos llevan mochilas o maletas con ruedas y hacen semejar estas filas con las esperas de aeropuerto o de las paradas de buses. Y la comparación no resulta tan disparatada, porque estamos de viaje hacia algún lado. El mundo está en camino.

Los procesos de comunicación tienen que mediar con estos espacios de reflexión, encaminándolos hacia historias de esperanza, con la convicción de que seguir ese trayecto es, definitivamente, tarea de todos.

Solidaridades ciudadanas

A contracorriente de las formas de reproducción social guiadas por la tríada pandemia desconocida-pobreza producto de la economía de mercado-individualismo, que le tienden alfombra roja a la caminata de la pandemia, en el aislamiento se han producido prácticas de solidaridad que se convierten en las piedras fundamentales de las alternativas de esperanza y de solución. No todo es catastrófico.

He visto imágenes de profesionales de la salud que no tienen acceso a los uniformes adecuados poniéndose ponchillos de nailon, aquellos que se utilizan como protectores contra la lluvia, convertidos en escudos contra el coronavirus. He visto a vendedoras de los mercados protegidas con guantes de lana y con barbijos fabricados por ellas mismas de los pedazos de mandil, que también se convier-

ten en corazas. He visto policías con turnos de 24 horas, trabajando sin pausa y a veces sin alimentación. Y he visto también a jóvenes ecologistas recorriendo calles con alimentos para los perritos que deambulan por las vías, así como para las palomas que no tienen ya quién las engorde en las plazas.

La sencilla recompensa de las ciudadanías suele ser un acuerdo no pactado para reconocer a las gentes que están trabajando por la vida, como lo testimonia Edgar Morin desde su aislamiento en Montpellier:

La emergencia del virus y las medidas que nos obligan a quedarnos en casa han terminado por estimular nuestro sentimiento de fraternidad. En Francia, por ejemplo, cada noche tenemos una cita en nuestras ventanas para aplaudir a nuestros médicos y al personal hospitalario que, en primera línea, asiste a los enfermos. Me he emocionado, la semana pasada, cuando he visto en televisión, en Nápoles y en otras ciudades italianas, a las personas asomarse a los balcones para cantar juntas el himno nacional o para bailar al ritmo de las canciones populares.⁶⁹

Estas formas de solidaridad son importantes, son necesarias, pero no son suficientes. Los procesos de comunicación no pueden dejar de expresar la ira que provocan las denigrantes condiciones de bioseguridad en las que trabajan muchos servidores públicos, poniendo en riesgo sus vidas. Es loable su vocación, lo es. Y precisamente porque vale, desde la comunicación se tiene que interpelar a los poderes para que les otorguen condiciones adecuadas de trabajo. Esto es también solidaridad, camino de esperanza.

Por el bien común

Hay también solidaridades recogidas en políticas públicas, como una serie de bonos que distintos gobiernos han creado para compensar

69 Nuccio Ordine, «Edgar Morin: “Vivimos en un mercado planetario que no ha sabido suscitar fraternidad entre los pueblos”», *El País*, 11 de abril de 2020.

las pérdidas que sufren sus ciudadanos, especialmente los pobres. En realidad, son definiciones de servicio público sensibilizadas por la crisis que provoca la pandemia, alterando el orden de las prioridades: primero la vida, luego la economía. Y la definición de otra estructura presupuestaria que priorice la salud, la educación, la seguridad social y la ciencia y la tecnología va a ser, sin duda, una expresión de máxima decisión por la vida solidaria.

Son también manifestaciones de prioridad solidaria con la vida las acciones de gobiernos municipales que crean mercados móviles para llevarlos a los barrios; la garantía de la desinfección en lugares públicos; la atención sanitaria; los albergues para las personas en situación de calle y migrantes transitorios para garantizarles alimentación, vituallas y salud; la atención telefónica a consultas y demandas ciudadanas; las aplicaciones de control sanitario; el apoyo a los artistas; la entrega de barbijos, o la habilitación de hoteles para la atención de los ciudadanos. Parecerían acciones de rutina, obligaciones, pero en realidad, aun siendo acciones de servicio público, son opciones de políticas por la vida, de políticas que priorizan y garantizan la vida de sus ciudadanos.

Son asimismo expresiones de buenas prácticas los emprendimientos de ciudadanos que fabrican barbijos, trajes de bioseguridad, cabinas de desinfección y hasta respiradores. Las sociedades están expresando sus solidaridades con colectas de alimentos y vituallas que hacen llegar a las familias más necesitadas.

Estas expresiones suelen aparecer en situaciones de crisis, como ahora, con la diferencia de que nadie se los pide, porque son iniciativas autoconvocadas que empiezan con el aporte propio. Son muchas y se multiplican. Están contribuyendo a que las sociedades caminen del miedo a la esperanza.

Desde el campo de la comunicación, encaminar estos esquemas de solidaridad, que se asientan en la acción pública, contribuye a la

transparencia y al desarrollo de las actividades, así como de las propuestas discursivas con estrategias, sin improvisaciones, sino con acciones sistemáticamente planificadas en función de un futuro esperado que tiene que ser apropiado por las ciudadanías. De nada servirían decretos y medidas sin la participación protagónica de los ciudadanos.

Medios que median

La pandemia informativa tiene su opuesto en la labor de aquellos y aquellas excelentes periodistas que se aferran a códigos de ética en el ejercicio de sus funciones. Son lo opuesto de los sensacionalistas y de los emisarios de la muerte. Son mensajeros de la vida, que hacen comunicación inventando formas de solidaridad con esperanza.

Tenemos una prensa que está en las calles, visibilizando la vida de los ciudadanos y recogiendo su palabra para mediarla frente a los poderes e interpelarlos. Existen programas que muestran las buenas prácticas de solidaridad y los resultados exitosos de los cuidados individuales y colectivos en diferentes países y regiones del mundo y, al hacerlo, crean referentes esperanzadores. Muchos periodistas han asumido, como nunca, la importancia de su vocación-profesión para la vida y la reflejan en la elaboración de notas con verificación de fuentes, cuidando que los contenidos no se conviertan en cómplices de la pandemia. También cuidan las formas de expresarlos, se respaldan en códigos de ética y se convierten en portavoces de la vida y la esperanza.

Muchos medios de comunicación se esfuerzan por convertir sus programas informativos en espacios educativos, en los que combinan las instrucciones sobre las medidas para garantizar la vida con las reflexiones sobre la responsabilidad social, para que se asuma que la vida de cada uno depende de la capacidad de contribuir a la vida colectiva.

Algunos medios han rediseñado sus programaciones para acompañar a los niños en sus hogares, para unirse a los momentos de convivencia familiar, para combatir los patriarcalismos, para valorar

los roles compartidos en el hogar, para alegrar los días de cautiverio con relatos, con testimonios, con música, y para incentivar el cuidado de la salud y la realización de actividades que enriquecen la convivencia. Estos espacios comunicacionales son tan valorables como la labor de los profesionales que están en las calles jugándose la vida por las vidas de todos.

Las solidaridades alimentadas en las redes también son espacios de esperanza, donde grupos de mujeres que no se conocen se ponen de acuerdo para solicitar alimentos compartiendo costos, o pasándose datos sobre electricistas, plomeros u otros servicios en sus zonas. Son muestras de solidaridad las acciones que dinamizan los jóvenes al autoconvocarse por las redes sociales para brindar apoyo en los trámites de las personas mayores. Son construcciones solidarias los intercambios de información, de música, de afectos, de palabras de aliento, que las redes sociales permiten expresar en tiempo real. Son medios que median con la vida los que promueven el pago adelantado de servicios que no se pueden entregar ahora, sino más adelante, cuando la pandemia haya pasado, pero en el camino, la solidaridad habrá permitido la sobrevivencia de ejércitos de cocineros, meseros, peluqueros, plomeros y otros, que mañana recompensarán también de manera solidaria y recíproca esta forma de vida comunitaria.

Algunos medios no hacen comunicación solo con la palabra, la imagen y la escritura; lo hacen también con prácticas solidarias. En uno de nuestros países, un medio cuenta con un brazo social⁷⁰ dedicado a reivindicar a los más pobres. Ahora, sus campañas siguen siendo la expresión entre distintos, pero no deja de conmover la solidaridad de los pobres con los pobres, la solidaridad de los «corazones de oro» como los suelen llamar para describir un sentipensamiento que se materializa con lazos indestructibles de dignidad.

70 Sistema de Televisión y Radio Popular-RTP, Bolivia.

Y son prácticas comunicacionales de pactos por la vida aquellos espacios que reemplazan los lamentos apocalípticos con acciones esperanzadoras, con ejemplos de solidaridad, con mensajes de amor y fraternidad. En estos días de coronavirus, otras formas de construcción de la palabra esperanzadora están circulando por los aires, las ondas y las redes, renovando la ética y la responsabilidad colectiva.

Estos casos paradigmáticos son los referentes para la recomposición de las políticas públicas y de la comunicación en tiempos de coronavirus. La comunicación oficial y la de los medios privados, públicos y comunitarios tienen que conocer y desarrollar los enfoques y metodologías de la comunicación en situaciones de crisis, adaptándolas a estos tiempos de sobrevivencia y de lucha planetaria por la vida.

Este capítulo ha tenido una doble particularidad: primero, recuperar el pensamiento, método y obra de un clásico de la comunicación educativa. En segundo lugar, encontrar los caminos de esperanza en lo que él mismo señalaba: las prácticas sociales liberadoras de las formas de dominación, en este caso, de los miedos que provoca el COVID-19. Para seguir en camino, discerniendo, tendremos que «ver-juzgar-actuar» cada vez más críticamente, desde los sentipensamientos.

Capítulo VIII

Estrategando en tiempos de pandemia

En las siguientes páginas vamos a exponer esquemáticamente algunos pasos que permiten organizar aspectos de una estrategia de comunicación construida a la carrera. Lo que exponemos son requisitos mínimos para contribuir a afrontar situaciones de crisis profunda como la que representa la pandemia por COVID-19.

En este cometido veremos: el punto de partida, representado por una situación hipotética de la realidad; el problema comunicacional principal, que debe ser resuelto también comunicacionalmente; la definición de escenarios posibles; la identificación de las tendencias discursivas de los principales sujetos; algunas propuestas de organización discursiva en función de las fases de los procesos de comunicación en tiempos de coronavirus, y los elementos para el seguimiento de los procesos de comunicación que contribuirán al ajuste permanente de su desarrollo.

Los puntos de prospectiva

Para comenzar, aquí se trata de identificar los puntos de partida del proceso de comunicación. Como hemos asumido el desafío de construir futuro, proponemos un ejercicio de prospectiva que permita superar los límites carcelarios de los datos de la realidad; por ejemplo, en tiempos del COVID-19, los condicionantes del miedo, que sugerimos redimensionarlos a partir de la guía que proporcionan las luces de esperanza.

«Prospectiva» proviene etimológicamente de *prospicere*, que significa «mirar delante» luego de haber examinado algo cuidadosamente, con visión de futuro, lo que implica determinar una trayectoria. No se refiere a predecir el futuro, sino a construirlo a partir de un aquí y un ahora. Construir futuro requiere, entonces, asumir una actitud propositiva frente a la vida; se apoya en la definición de estrategias y de herramientas; necesita establecer escenarios posibles, para caminar por aquel que se opte de manera colectiva y creativa, e implica, siempre, acciones para la transformación y el cambio, como las formas para alcanzar ese futuro deseado o (in)imaginado, con resultados en el corto, mediano y largo plazo.

Por tanto, necesitamos *estrategias de comunicación* que, al mismo tiempo, no son más que:

[una] manera de entender las relaciones entre los sujetos (comunicación que nos habla de vincularidades y entramados que determinan modos de ser y actuar), una forma de mediación que genera siempre novedad (la «en-acción»), que supone asumir lo «fluido» (el cambio constante y continuo) y lo complejo (multicausalidad y multiplicidad de consecuencias) y cuya resolución demanda de saberes multidisciplinares.⁷¹

Es necesario, pues, definir la imagen de futuro, así como los caminos para llegar a él, siguiendo las trayectorias de los discursos o de la palabra que camina junto con las prácticas sociales.

Ahora bien, aplicando esta conceptualización al rol de las organizaciones en la gestión de la comunicación, convengamos en que «una buena propuesta de comunicación de gobierno [...] supone la doble perspectiva de: comunicar sentidos y comunicar con sentido».⁷² Hay que entender que comunicar sentidos es, en realidad,

71 Sandra Massoni, *Comunicación estratégica, comunicación para la innovación* (Rosario: Homo Sapiens Ediciones, 2011), 32.

72 Washington Uranga, *Planificación estratégica aplicada a la comunicación de Gobierno* (Buenos Aires, La Crujía, 2010), 5.

construir, de/construir y re/construir sentidos de vida, siempre en la relación social y comunicacional dinámica con las ciudadanías, para que su sentido común avance a la praxis o la práctica consciente, sentipensada. Además, comunicar con sentido es comunicar —con coherencia, ética y esperanza— valores y recomendaciones prácticas que deriven en pactos por la vida.

La «construcción hipotética de realidades»⁷³ es un ejercicio que, al reconocer al discurso como la materia prima de la comunicación, permite estructurar los procesos comunicacionales siguiendo su dinamismo a partir de las trayectorias de los discursos. Dicho de otra forma, se trata de recorrer las construcciones discursivas en las prácticas sociales que se movilizan entre una «realidad actual» (RA) existente y otra «realidad futura esperada» (RFE), imaginada o por construir, con opciones que evitan que la realidad actual derive en una «realidad posible» (RP), que usualmente agrava la situación existente y a donde podría encaminarse si es que no se hace nada para cambiar el curso que sigue inercialmente, en el marco de un contexto complejo, repleto de incertidumbres.

La realidad futura esperada es la apuesta por la sociedad (in) imaginada que no existe materialmente, pero se la presume como el futuro que se aspira a construir, asumiéndola como la expresión buscada y requerida en los procesos de transformación. En otras palabras, es la apuesta por la sociedad que se desea construir.

La realidad actual contiene las condiciones existentes en la realidad existente y virtual para desencadenar la marcha del proceso de planificación, siguiendo sus manifestaciones expresadas en el discurso. La realidad es siempre compleja y dinámica. En su identificación multidisciplinaria será útil reconocer los elementos económicos, sociales, culturales, políticos, espirituales, materiales y valóricos, pero

73 Contreras Baspineiro, *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación*, 94-103.

en la planificación de la comunicación desde la comunicación, deberá ser siempre desde los discursos enunciados o pensados, contruidos o construyéndose relacionamente.

La realidad posible simboliza los factores de la realidad actual en la que esta podría derivar, negativamente, sin el desarrollo de procesos que transformen este decurso. Se suele identificar como una realidad catastrófica e indeseada, pero posible de realizarse inercialmente si esta sigue su tendencia crítica.

La información sobre las realidades hipotéticas se describe sintéticamente en el gráfico 11.

Gráfico 11
Construcción hipotética de las realidades

Realidad futura esperada (RFE)		
Realidad actual (RA)	Realidad posible (RP)	

Fuente: Agencia de Noruega para la Cooperación para el Desarrollo, *Enfoque del marco lógico como herramienta para planificación y gestión de proyectos orientados por objetivos* (Oslo: NORAD, 1993)

Elaboración propia

Se debe tener especial cuidado en que las mismas categorías y elementos contemplados en la realidad actual —pueden ser determinantes económicos, sociales, culturales, de salud, ambientales, legales u otros— se consideren también en las condiciones de agravamiento en las que derivaría la realidad posible si no se hace nada para cambiar su curso. Del mismo modo, esos condicionantes de retoman para trabajar los sentidos de transformación positiva en la realidad futura esperada.

Situación desencadenante

En este paso se identifica la situación o factor desencadenante. Dada la gravedad crítica que genera el coronavirus, lo representamos en un problema que se define como la desviación, brecha u obstáculo, pero no ausencia, entre el ser de la realidad actual y el deber ser del sueño o futuro esperado, cuyo funcionamiento a contracorriente encamina inercialmente los procesos hacia la realidad posible o inesperada y genera declives en su estado de situación y en sus aproximaciones a la meta esperada.

En el cuadro 3 se presenta un esquema sencillo para trabajar este proceso.⁷⁴

Cuadro 3
Influencias y consecuencias del problema

Influencias	Problema de comunicación	Consecuencias
Económicas		
Políticas		
Socioculturales		
Ambientales		
Organizacionales		

Fuente: Sandra Massoni, *Avatares del comunicador complejo y fluido* (Quito: CIESPAL, 2016), 107-53

Elaboración propia

74 *Ibíd.*, 104-09.

En función de la realidad futura esperada ya definida se debe analizar la realidad existente, para identificar allí, en su situación, el problema comunicacional central, considerando los determinantes o influencias que le dan origen y sus consecuencias.

El problema comunicacional central, por su cualidad contenedora de las causales de origen y de la alimentación y consecuente capacidad disparadora de sus derivaciones, es conocido también como problema focal, núcleo o nodal. Insistimos en que este debe tener obligatoriamente naturaleza, carácter e identidad comunicacional, ya sea que se encuentre en los niveles de conocimiento, en las actitudes de la gente, en sus sentimientos, en sus prácticas, en sus imaginarios o en las expresiones que circulan en el ambiente.

Elegir escenarios

Sobre esta base se tiene que optar por un escenario posible, cuyas características decidirán el contenido y la forma de las construcciones discursivas. La definición de escenarios⁷⁵ contribuye a superar la improvisación, con apuestas políticas y técnicas de anticipación, predicción y previsión —desde la estructura enunciativa dinámica de la palabra— frente a los desafíos y oportunidades que se presentan en las nebulosas, inciertas e imprecisas condiciones externas existentes y posibles.

Los escenarios, en tanto expresiones de la complejidad, son diversos y cambiantes. Son los territorios virtuales que expresan variadas probabilidades de encaminamiento de las estrategias hacia la realidad que se espera construir. Podríamos decir, también, que son los espacios diversos de construcción de sentidos con distintos énfasis para un mismo propósito. Son las líneas alternativas que circulan por los caminos posibles.

El escenario es, en suma, la expresión del juego de probabilidades que se tienen que considerar para asegurar las decisiones que se

75 Ibid., 178-84.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

*toman sobre los caminos y las formas de caminarlos, salvando obstáculos y tomando previsiones, hacia la meta radicada en nuestros imaginarios.*⁷⁶ Desde la perspectiva de la acción planificadora en el devenir, el escenario es la expresión de las alternativas de descomplejización de una realidad compleja.

El cuadro 4 sirve para la definición de escenarios posibles, cuya construcción implica ya una elección, para luego optar por una de las alternativas posibles. Esto significará la elección del camino a recorrer para desarrollar las acciones de comunicación en estrecha relación con el desarrollo de las políticas públicas.

Cuadro 4
Escenarios posibles

	Escenarios posibles
Realidad futura esperada (RFE)	Óptimo (techo)
	Moderado (pared)
	Mínimo (piso)

Fuente: Múltiples autores que trabajan escenarios
Elaboración propia

Como se ve, se consideran tres posibilidades:

1. Un escenario de máxima realización, o un *escenario optimista*.
La pregunta por responder es: ¿cuál es el nivel máximo de rea-

⁷⁶ Contreras Baspineiro, *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación*, 179.

- lización de la realidad futura esperada, en las condiciones de la tendencia estratégica que caracteriza la realidad del coronavirus?
2. En el *escenario de realización moderada*, la pregunta es: ¿cuál sería el alcance intermedio en la realización de la realidad futura esperada?
 3. Un *escenario de realización mínima*, que aun en su estrechez sea capaz de generar cambios en la realidad actual, responde a la pregunta: ¿qué es lo mínimo que se puede realizar para encaminar procesualmente la realidad futura esperada?

En realidad, cada escenario es una forma particular de expresar los modos de encaminar las trayectorias hacia la realidad futura esperada. Se deben trabajar las tres opciones para elegir de entre ellas la más factible de ser realizada en las condiciones que caracterizan la realidad. Esta opción permitirá —a su manera, ritmo y alcances— sinergizar la transformación de la realidad actual en la realidad futura esperada.

Solo a modo de ejemplo, podríamos decir que en estos tiempos de coronavirus, cuando la mayor parte de países se encuentra en la fase de transmisión local y con esfuerzos de los gobiernos para contener el paso a la fase de transmisión comunitaria, se podrían identificar tres escenarios posibles: 1. el escenario óptimo, ideal, que estaría dado por el descubrimiento de una vacuna que controle la pandemia y los países tengan pronto acceso a sus beneficios; 2. el escenario medio, con importantes elementos positivos, el cual consistiría en que las medidas de aislamiento social logren aplanar la curva de contagios, para sostenerla en niveles factibles de ser atendidos por los países, lo que implicaría trabajar formas de convivir con la pandemia con el menor grado de afectación posible, y 3. el escenario mínimo, e indeseado, que se daría si la crisis se desborda y la transmisión comunitaria sobrepasa las capacidades de control de un país, además en un contexto de recesión económica.

Véase cómo las estrategias y acciones de comunicación tendrían que ser distintas según el escenario que toque trabajar. E, indudable-

mente, dado el contexto mundial, a la par de la pandemia se tienen que tomar medidas de orden económico. Es decir que, bajo cualquier circunstancia, las estrategias de lucha contra el COVID-19 tendrán que darse a la par de la regulación de la economía.

Su majestad, los sujetos sociales

Del mismo modo que la justicia es en extremo importante como para dejarla solo en manos de los abogados y de la policía, también la comunicación es demasiado importante como para dejársela solamente a los medios y a los periodistas o, de forma ampliada, a los analistas, los especialistas, los políticos o los *influencers*. La comunicación, ya lo dijimos, no se hace desde un solo polo, el de los emisores, ni tan solo en el mensaje que difunden, porque el otro polo es igualmente o más activo, no solo como receptor de mensajes, sino como espacio de resignificación de los sentidos que contienen los discursos.

No hay monólogos ni emisores privilegiados, sino encuentros pedagógicos entre diferentes sujetos, que tienen distintas reacciones. Unos están a favor de las medidas para superar la pandemia, otros están dudosos; hay personas indiferentes y también gente que está en contra. En estos ambientes, tensos, se hace la comunicación, por una parte, con el *ser cotidiano* que construye cultura y sociedad en su vida diaria y, por otra, siguiendo el sentido kantiano, con el *ser social* con capacidad de razonar y de generarse socialmente en forma dinámica, propositiva, creativa y transformadora. En el sentido gramsciano, se considera la participación de seres individuales y colectivos en la acción sociopolítica, quienes protagonizan respuestas a sus condiciones de vida y a las razones estructurales que las condicionan.⁷⁷

⁷⁷ La filosofía de la praxis propuesta por Gramsci señala un diseño donde los sujetos transitan un camino que va desde lo simple, común o cercano, hasta lo amplio, superior y estructural, en el que desarrollan procesos de reflexión y creación crítica, lo que supone el despliegue de acciones políticas, y construyen historia en relación.

Cuadro 5
Los sujetos sociales ante la pandemia

Integrados	Aliados	Opositores	Indiferentes
Autoridades	Familias que acatan la cuarentena	Informales y desempleados	Población en situación de calle
Organizaciones cívicas, políticas, sociales incorporadas	Organizaciones de solidaridad	Partidos que hacen proselitismo en oposición a los gobiernos	¿ ?
Profesionales de la salud	Emprendedores fabrican respiradores, cabinas...	Clínicas privadas, morgues	Enfermos terminales
Periodistas	Iglesias	Desinformados o malinformados	Programaciones rutinarias
Personal de limpieza	Vecinos	Anómicos	
Personal de centros de abastecimiento	Empresas privadas	Especuladores...	
Policía, FF. AA.	Organizaciones barriales	<ul style="list-style-type: none"> • Prensa sensacionalista • <i>Fake news</i> 	

Fuente y elaboración propias

Solo a modo de ejemplo, en el cuadro 5 anotamos algunas posibilidades de clasificación de los sujetos en relación con la afectación y las medidas que se toman para enfrentar el coronavirus, considerando los sentipensamientos, conocimientos, actitudes, prácticas, imaginarios y esperanzas de la población.

Los sujetos interactúan en realidades situadas desde donde interpretan el mundo existente y por construir, a sabiendas de que, como sugiere Landowski, «los sentidos no están regados en la realidad manifiesta para encontrarlos indagando como a los tesoros removiendo la superficie; no están dispuestos para ser recogidos, sino para ser contruidos»⁷⁸ y que las prácticas son construcciones históricas de las sociedades. Se trata, por tanto, de identificar a los sujetos sociohistóricos según la posición que asumen en relación con la propuesta que se está trabajando de medidas de contención del coronavirus, para establecer los componentes psicográficos que caracterizan a cada uno de ellos, considerando sus sentipensamientos (S), conocimientos (C), actitudes (A), prácticas (P), sus imaginarios y esperanzas (IE), lo que conforma la metodología SCAPIE.⁷⁹ El esquema que se presenta en el cuadro 6 permite trabajar este proceso.

Cuadro 6
SCAPIE

Sujetos	S	C	A	P	IE	Acciones de comunicación
Integrados						
Aliados						
Opositores						
Indiferentes						

Fuente y elaboración propias

78 Eric Landowski, «La mirada implicada», *Revista Anthropos: Huellas del conocimiento*, n.º 186 (1999): 42.

79 Contreras Baspineiro, *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación*, 125-31.

Revisemos la caracterización de cada uno de los elementos de esta metodología.

- *Sentipensamientos*. Se refiere a los reflejos de las subjetividades, sensibilidades, espiritualidades, creencias, intuiciones o motivos e impulsos que impelen a actuar y que pueden ser innatos o aprendidos. Se explican por razones de seguridad, estima o realización, en relaciones donde los sentimientos son inseparables de los pensamientos.
- *Conocimientos*. Están hechos de la combinación entre percepciones, imágenes, recuerdos y conceptos, así como de la comparación, clasificación y realización de denominaciones conceptuales por relaciones de semejanza y diferencia sobre los hechos que aparecen imaginariamente y que se perciben acudiendo a la memoria. Son «materias primas» del pensamiento: a) las percepciones, b) las imágenes, c) los recuerdos, y d) los conceptos o categorías. Su comprensión se da por medio de relaciones con referentes empíricos, cuyas fuentes son la realidad y la vida cotidiana, o con referentes académicos, estudiados, adquiridos.
- *Actitudes*. Son regularidades cognoscitivas, afectivas y conductuales o de sentimientos, pensamientos y predisposiciones del individuo para actuar en relación con algún aspecto de su ambiente, adoptando arquetipos o modelos de comportamiento predominantes y repetitivos.⁸⁰
- *Prácticas*. Son las experiencias y destrezas acumuladas, propias o referenciales, individuales o colectivas, que afectan los haceres y capacidades. En su sentido más relacionado con la construcción de sentidos y de proyectos de sociedad, habla-

80 Paul Secord y Carl Backman, *Social Psychology* (Nueva York: McGraw-Hill, 1964).

mos de prácticas cotidianas y sociopolíticas transformadoras protagonizadas por los sujetos sociohistóricos.

- *Imaginario / Esperanzas*. Armando Silva⁸¹ establece que los imaginarios se expresan en tres instancias: 1. como inscripción psíquica, donde los sentimientos (afectos, miedos, odios, ilusiones...) dominan a la razón, construcción o marca; 2. según la modalidad o soporte tecnológico, ya sea visual, escrito o corporal, que es adoptado para expresar, interactuar y materializar el discurso y que provoca irrupciones de producciones de imaginarios en relaciones temporales entre técnica y representación, y 3. como construcción social de la realidad, mediante representaciones colectivas que rigen los procesos de identificación social y cultural y operan como modos particulares de comunicarnos e interactuar socialmente. Las esperanzas están referidas a la dimensión que orienta prospectivamente los imaginarios, las expectativas y las reivindicaciones, expresándolas en términos de propuestas, apuestas y compromisos con la realidad por ser construida (RFE).

El ejercicio consiste en identificar en cada sujeto los elementos del SCAPIE y definir, en función de ello y de la realidad futura esperada que se quiere construir, las acciones de comunicación más pertinentes para cada sujeto. En un marco social de reacciones diferenciadas de los sujetos frente al COVID-19, los procesos de comunicación están obligados primero a identificarlos y luego, en conformidad con sus formas de reacción ante la pandemia y las medidas para enfrentarla, trabajar con ellos en mediaciones diversificadas.

La meta, lo sabemos, es la misma para todos, por lo que es preciso promover la participación también de todas las personas, pero a sabiendas de que sus sentipensamientos, conocimientos, actitudes,

81 Armando Silva, *Imaginario urbanos*, 5.ª ed. (Bogotá: Arango Editores, 2006) 92-5.

prácticas, imaginarios y esperanzas operan de manera distinta para cada categoría de sujeto. Lograr empatías con ellos implica partir de sus propias características psicográficas, para entablar diálogos e interacciones apelando a los medios, lenguajes y mensajes más adecuados.

De manera general, se tendrá que estimular, reconocer y consolidar la respuesta responsable de una parte de la población, sin duda mayoritaria: los integrados y los aliados, con quienes se deben buscar logros concretos que conduzcan a la defensa de la vida como un bien común, del cual todos somos responsables. Además, se tiene que procurar la ampliación comprometida de sus creencias y acciones al resto de la población.

Otro tipo de mensajes son necesarios para la población que se opone, para lo cual se debe acudir a métodos de persuasión que enganchen con el sentido común que impide su adhesión a las soluciones. Para ello, es imprescindible recordar que en la tarea comunicacional las empatías no pasan por la sanción ni se agotan en sus procedimientos, sino que relievan el entendimiento sentipensado, sentido y razonado.

Desde la perspectiva de la comunicación, los sujetos que figuran en la categoría de indiferentes,⁸² si es que los hubiera, además de información y orientación suficiente y adecuada, requieren medidas prácticas que les permitan sumarse a las iniciativas. Por ejemplo, los desempleados, la población en situación de calle y el ejército de trabajadores de la economía informal necesitan una compensación de sus ingresos diarios; de lo contrario, no hay comunicación posible que los enrolle en medidas como la cuarentena.

82 Hemos dudado en definir una categoría de «indiferentes» porque todo el mundo está en situación de afectación y muy difícilmente aceptarían un destino que los exponga a ser aquejados por el virus o a la muerte. Se trata, en realidad, de una categoría en la que caben quienes se encuentran en una situación de impotencia frente a la pandemia porque no cuentan con las condiciones mínimas para enfrentarla.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

Diferenciar sujetos es un ejercicio innegociable, incluso en situaciones como las de la pandemia, que coloca en la misma situación de vulnerabilidad a todos los seres humanos del planeta. Insistimos en que, pese a la emergencia y las prisas —que en estos casos suelen llevar a indiferenciar a los sujetos en masas, audiencias, opinión pública o víctimas potenciales del coronavirus—, se tienen que trabajar obligatoriamente mediaciones comunicacionales con énfasis diferenciados por tipos de sujetos, además de organizar y circular los mensajes en los espacios y los tiempos adecuados.

La atención a los afectados por COVID-19 merecerá otro tratamiento, no mediático, sino apelando a recursos de comunicación organizacional y comunicación grupal o individualizada. En esta clasificación podrían caer los contagiados, los transmisores sintomáticos y asintomáticos y, por supuesto, los familiares y núcleos cercanos.

La construcción del discurso en tiempos de coronavirus

El discurso es una construcción social que ocurre en un contexto histórico, social, cultural, político, ambiental y espiritual determinado, del que forma parte y se nutre. Expresa la sociedad y el tiempo en el que se construye. Por esto hablamos del «discurso social», en el entendido que «toda producción de sentido es histórica-social, a la vez que todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido»,⁸³ con una politicidad capaz de exteriorizar, o no, ideologías, intenciones, aspiraciones, sueños y esperanzas.

La construcción discursiva es siempre una opción cuya expresividad está sujeta a la perspectiva desde la que se mira la realidad, la posición que se ocupa en dicha realidad, los objetivos a los que se

83 Contreras Baspineiro, *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación*, 61.

responde y las dinámicas sociales que se quiere desarrollar. En su realización, un elemento fundamental es la definición del punto de partida de la construcción discursiva, que determina tanto el sentido del discurso como los procesos comunicacionales. Y elegirlo es una opción de proyecto social, que implica, además, una opción por las formas de comunicación.

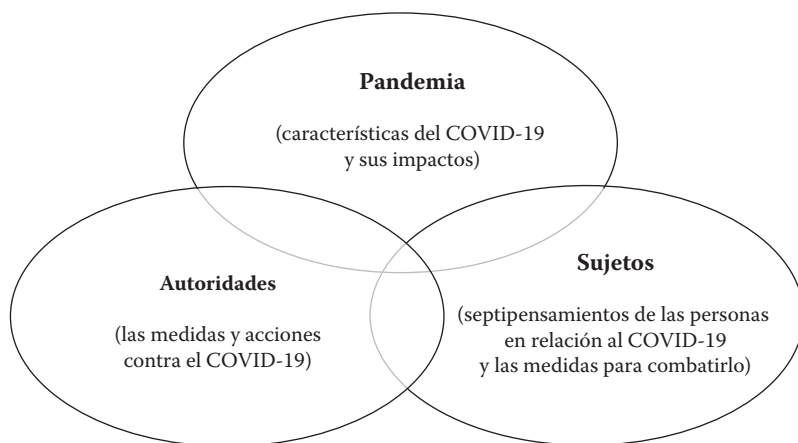
Cualquier punto de partida que se encuentra en textos preelaborados, en decretos por ser comunicados, en medidas preestablecidas o en decisiones por ser compartidas parten desde un polo que necesita entrar en comunicación con las ciudadanías. Usualmente, para estos procesos se suele acudir a acciones comunicacionales de información, orientación y persuasión. Por el contrario, si el punto de partida se ubica en la realidad y en la vida de las ciudadanías, en sus modos de vivir el problema y de pensarlo, entonces las opciones comunicacionales serán irrenunciablemente dialogales.

En el tiempo de coronavirus que estamos viviendo actualmente, las construcciones discursivas tienen varias posibilidades de realización comunicacional. Se destacan claramente tres opciones, que no son excluyentes, pero que, como dijimos, definen la dirección de los sentidos y los procesos de la comunicación, dependiendo del lugar desde donde se empieza a descorrer la construcción de los discursos.

En el gráfico 12 se pueden apreciar cuáles son estas opciones y los caminos diferenciados que condicionan.

Una posibilidad es arrancar los procesos comunicacionales desde el conocimiento de las *características de la pandemia*, de sus riesgos, sus manifestaciones y sus fases de expansión. Esta opción llevará a considerar a las ciudadanías como víctimas de la pandemia y a construir productos centrados fundamentalmente en la información y la orientación, apelando al conocimiento.

Gráfico 12
Puntos de partida



Fuente y elaboración propias

Por el poco conocimiento que se tiene de la pandemia, cada hipótesis, supuesto, estudio o descubrimiento operará en los septpensamientos como una respuesta a la ilusión de superar sus efectos. Es así, por ejemplo, que las informaciones de que ya se cuenta con una vacuna o, por el contrario, que su generalización demorará más de un año lleva a las poblaciones a septpensamientos nómadas entre la ilusión y la decepción. Lo mismo pasa con la información de que la hidroxiclороquina es una alternativa o con la noticia de que en el Cusco encontraron una fórmula a base de eucalipto. En otro orden, tiene su impacto el adelanto de estudios que dicen que el virus permanece en el aire 20 minutos, o que se concentra más en los zapatos, o que quienes se vacunaron de niños contra la tuberculosis tienen más resistencias. Y muchos otros ejemplos que circulan por fuera de las explicaciones científicas y especializadas, en su recorrido por las calles, por los medios y por las redes, se van convirtiendo en medias verdades.

A diferencia de otras situaciones de crisis que tienen ya elementos establecidos, por ejemplo, la erupción de un volcán, en el caso del coronavirus existen muchos descubrimientos sobre la marcha. En términos discursivos, esto significa que existen múltiples versiones que alimentan más el campo de las interrogantes que el de las certezas.

Otra posibilidad de punto de partida para desencadenar un proceso de comunicación en tiempos de coronavirus son «las acciones que desarrollan los gobiernos, nacionales, regionales y locales para combatir la pandemia». En esta opción, por lo menos en una primera etapa, las ciudadanías son consideradas comunicacionalmente solo como receptoras de mensajes de los que tienen que apropiarse, porque lo que se espera de ellas son cambios conductuales para viabilizar las medidas. Se apela a productos de orientación, información y persuasión que tocan los conocimientos, las prácticas y las actitudes.

En las autoridades se internaliza claramente su rol de emisores comunicacionales, de la mano con su responsabilidad central en la garantía de la salud del conjunto de la población. Por lo general, sus ritmos intensos, acelerados y sin pausa no guardan relación con los ritmos menos acelerados de la población, que primero tiene que organizar sus reconocimientos o sus fobias hacia los gobiernos para incorporarse con confianza a las medidas, aun sabiendo que tiene que creer y confiar. Es por esta razón que los gobiernos tienen que, comunicacionalmente, hablar más con hechos que con palabras. Lo repito porque no siempre se suele asumir este criterio como válido: la confianza ciudadana en las autoridades se construye con acciones y prácticas significativas más que con promesas, discursos y retórica.

Un bono que permita aminorar la pérdida de ingresos económicos, por ejemplo, se transforma en una línea discursiva que acrecienta los niveles de credibilidad y de confianza y quizás tiene más validez comunicacional que cien spots, cuñas, comunicados y conferencias de prensa juntos. Cuando la población ve que los mercados móviles

se acercan a sus barrios, o que funcionarios de los municipios desinfectan sus calles, se saben reconocidos y protegidos. Sobre esta base, lo que sugieran, propongan o soliciten las autoridades tendrá un asidero más sólido que si buscan apoyarse autoritariamente en el miedo ciudadano ante la incertidumbre.

La comunicación tiene que contribuir a ir despejando las incertidumbres y, con ellas, las vulnerabilidades. Es muy útil divulgar reiteradamente las recomendaciones sobre el lavado de manos, uso de barbijos y guantes, distancias en las filas de los bancos y los mercados, evitar salir, respetar la cuarentena, etc. Es útil y necesario, pero en estos mensajes no se acaba la comunicación. Lo decíamos páginas arriba: la comunicación no se limita al intercambio de mensajes; tiene que expresar y construir prácticas sociales que eviten los autoritarismos desesperados de algunos funcionarios para hacer cumplir las normas, y que aumenten las expresiones de diálogo y de demostración de que la tarea de todos empieza en acciones que favorecen a la ciudadanía.

Por eso es tan importante dinamizar acciones inscritas en la posibilidad de arranque de los procesos comunicacionales enganchándolas con los propósitos de apropiación de las soluciones en compromisos comunes. La tercera entrada se trata de partir de la gente, de sus temores, sus dudas, sus preguntas, sus inquietudes, sus creencias, sus esperanzas y sus propuestas. En este caso, las ciudadanías son los sujetos que protagonizan, codo a codo con las autoridades, las acciones de contención, de construcción de alternativas y de salida solidaria de la crisis. Es decir que los procesos de comunicación se desenvuelven a partir de los sentipensamientos.

A estas alturas del desarrollo de la pandemia y de las medidas para combatirla, se ha podido ya comprobar la eficacia de aquellas experiencias que apelan a la organización de la población en juntas vecinales o autoridades comunales, tanto para recoger las demandas y propuestas de la población, como para asegurar mecanismos con-

cretos, cercanos a la gente, de seguimiento, control y cumplimiento de las medidas, por ejemplo, de la cuarentena. Estas organizaciones ciudadanas son también los escenarios para el trabajo corresponsable y compartido.

Esto que planteamos, el partir de los sujetos, que aparenta casi siempre ser un recurso o nuevo o irrealizable, en realidad es tan antiguo como la historia de la humanidad, puesto que ya en el libro de los Proverbios se aconseja que un sabio, para ser más sabio, tiene que saber escuchar (Proverbios 1:5), y para ello se deben utilizar los medios justos y los proceder correctos (Proverbios 8:5). Hay que escuchar para hablar, predicar con el ejemplo y saber de lo que se está hablando, y que lo que se diga y la manera de decirlo sean trascendentes, importantes e incluyentes.

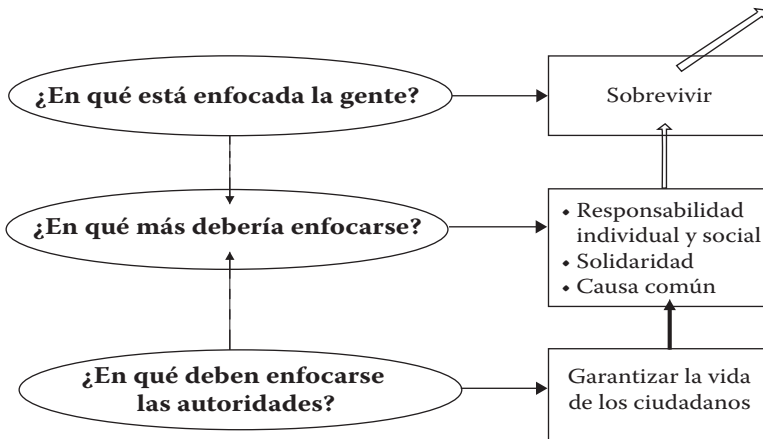
En el camino de su realización, es inevitable que las tres entradas expuestas se encuentren porque en la realidad están entrelazadas. Sin embargo, los procesos y alcances de la comunicación dependen, en gran medida, de sus definiciones sobre los puntos de partida, de la consideración que se hace de los sujetos y de las concepciones de comunicación que sustentan sus acciones.

Las dos primeras entradas (las características de la pandemia y las medidas de los gobiernos) son más propensas al desarrollo de procesos difusionistas, básicamente informativos y persuasivos, mientras que la tercera (los sentipensamientos de los sujetos) es provocadora de procesos participativos, de diálogo y de convivencia.

En nuestro planteamiento, que parte de una concepción de la comunicación basada en las mediaciones y en las prácticas sociales que dan lugar a construcciones discursivas y de sentidos de vida, el «otro» comunicacional es el eje central de este proceso. En consecuencia, el proceso de comunicación empieza conociéndolo, preguntándole, escuchándolo para entablar diálogos, reconociéndolo como sujeto social que forma parte de las soluciones, y no como víctima ni como oyente pasivo.

Con esta definición es posible encaminar un proceso de comunicación en tiempos de coronavirus, planteándose preguntas relacionadas que van a permitir organizar las propuestas de comunicación, como se muestra en el gráfico 13.

Gráfico 13
Escuchar para hablar



Fuente y elaboración propias

Así, la primera pregunta que debemos plantearnos es: ¿en qué está enfocada la gente?, para conectarnos con sus dominantes sentimientos de incertidumbre, miedo o inseguridad, de preguntas sin respuestas y de resguardo en su propia sobrevivencia. No se puede descalificar esta condición de comunicación, que refleja una situación de reproducción social conflictiva. Nos guste o no, o queramos o no, esa es la realidad de partida para la situación de múltiples personas y familias con las que los procesos de comunicación se deben encontrar y desarrollar los mensajes. Mejor dicho, desde ese senti-

pensamiento deben nacer las líneas discursivas, discerniéndolas, para ir las modificando positivamente en el tiempo con interlocuciones activas y propositivas que conduzcan a encontrar alternativas.

Desde allá, desde ese punto que es la realidad del otro comunicacional, será posible caminar, con él, hacia otros rumbos para responder a esta otra pregunta: ¿en qué debería enfocarse la gente?, y trabajar en consecuencia, adecuando, acomodando y dosificando la información. Esta ya no será solamente sobre los consejos necesarios para la sobrevivencia (lavado de manos, uso de barbijo, cuarentena...) con un sentido personalizado de responsabilidad, sino también para la promoción, generación y construcción de un ambiente de solidaridades mediante mensajes y experiencias que muestren que la solución es una tarea colectiva.

La afectación de la pandemia es una realidad existente y contener y derrotar al virus es una tarea que debe realizarse con la participación de todos. Por eso, comunicacionalmente se trata de crear sentidos de compromiso común, en los que los ciudadanos se sientan parte de las soluciones al aportar con su responsabilidad individual y social.

La pregunta ¿en qué deben enfocarse las autoridades?, que implica un «deber ser» cuya misión es garantizar la vida de todas las personas, converge en el propósito de construir sentidos de responsabilidad y solidaridad para impulsar un pacto por la vida.

Incluso en situaciones de una afectación colectiva tan extrema, en este caso planetaria, que nos convierte a todos los habitantes de la Tierra en víctimas potenciales o reales de la pandemia, es imposible catalogar a toda la población en una sola categoría de interlocución. Como ya vimos en la clasificación de los sujetos sociales, comunicacionalmente se diferencian según las reacciones favorables u opuestas que manifiestan en relación con el coronavirus.

Planificar discursividades

Para el cierre del ejercicio, y en realidad dando un salto por sobre otros elementos que intervienen en la elaboración de un plan de comunicación, proponemos organizar sus distintos aspectos (objetivos, sujetos, mensajes y acciones) en función de las fases de comunicación, como se puede apreciar en el cuadro 7.

Cuadro 7
Plan de comunicación

Fases	Objetivos	Sujetos	Mensajes	Acciones de comunicación
Previsión				
Prevención				
Soluciones				

Fuente y elaboración propias

En el cuadro 8 proponemos un esquema para definir con mayor precisión los mensajes, cruzando las acciones de comunicación posibles: información, diálogo, formación, orientación, organización y movilización,⁸⁴ con los sujetos sociales ya categorizados por la posición que asumen en relación con la propuesta (integrados, aliados, opositores e indiferentes).⁸⁵ Para cada uno de ellos se establecerán los mensajes que se deben trabajar para involucrarlos positivamente en las medidas contra el coronavirus.

84 Puede haber otros y no ocurrir todos al mismo tiempo, sino solo algunos de ellos.

85 Otra alternativa podría ser un esquema en el que para cada sujeto (integrados, aliados, opositores e indiferentes) se definen sus sentipensamientos, conocimientos, actitudes, prácticas, imaginarios y esperanzas, pero ya no en un sentido de reconocimiento de cómo están en la realidad, sino de cómo deberían ser para garantizar la construcción de una propuesta de comunicación para la vida.

Cuadro 8

Definición de mensajes según acciones de comunicación por sujetos

Acciones de comunicación	Sujetos sociales			
	Integrados	Aliados	Opositores	Indiferentes
Información				
Diálogo				
Formación				
Orientación				
Organización				
Movilización				

Fuente y elaboración propias

Seguimiento de los procesos de comunicación

Finalmente, sugerimos un par de esquemas para trabajar el seguimiento de los procesos de comunicación, por ejemplo, mediante el funcionamiento de un observatorio sobre las construcciones discursivas en distintos espacios de comunicación.

Carlos Víctor Costa⁸⁶ afirma que en situaciones de crisis es necesario tomar en cuenta estos criterios:

- Establecer y controlar el flujo de informaciones.
- Designar portavoces.
- Definir los mensajes clave y establecer el tono y ritmo de su circulación.
- Evitar filtraciones y rumores.

86 Carlos Víctor Costa, «La comunicación contra el virus de la desinformación en la crisis de la enfermedad COVID-19: Cinco objetivos principales», *Marketing y Comunicación*, 13 de marzo de 2020. <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/la-comunicacion-contra-el-virus-de-la-desinformacion-en-la-tesis-de-la-enfermedad-covid-19-cinco-objetivos-principales/>.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

- Transmitir coherencia.
- Involucrar a todos en tareas productivas.
- Ser proactivos; tomar la delantera de los acontecimientos.
- Demostrar el compromiso corporativo y rebajar la tensión.

De las distintas tareas que podrían desarrollarse en el observatorio o en el comité de crisis, destacamos dos que son urgentes, necesarias e impostergables en el contexto del COVID-19: el seguimiento del discurso y la identificación de áreas críticas para la intervención comunicacional en ellas.⁸⁷

El seguimiento del discurso puede abordarse aplicando el esquema que se presenta en el cuadro 9.

Cuadro 9
Seguimiento de la construcción discursiva

Objetivo			
Espacios	A favor	En contra	Acciones de comunicación
Medios de comunicación			
Autoridades			
Factores de opinión			
Dirigentes de organizaciones			

Fuente y elaboración propias

El objetivo se refiere a lo concreto o general que se pretende con la intervención de la comunicación, por ejemplo: involucrar a la población en el cumplimiento de la cuarentena; despejar dudas res-

⁸⁷ Son propuestas que deben ser tomadas como indicativas. Dependiendo de cada situación, pueden o deben sufrir adecuaciones. Recomendamos construir instrumentos sencillos, de fácil procesamiento.

pecto a la propuesta de contratación de locales para la atención de los pacientes aislados.

La columna de la izquierda contempla los espacios más relevantes que intervienen en el tema en cuestión. Estos pueden ser institucionales o sujetos-personas. La lista incluida es solo indicativa. Esta tendría que ser trabajada en función de cada realidad y podría ser necesario desagregar categorías, por ejemplo, especificando los medios de comunicación e incluso, dentro de ellos, programas específicos.

Para cada espacio se identifican las líneas discursivas que están a favor de lo que se está buscando o, si fuera del caso, las que se expresan en contra. Adicionalmente, se anotan sugerencias de acciones comunicacionales, ya sea para fortalecer los mensajes a favor o para revertir en los imaginarios los sentidos de los mensajes en contra. Llamará la atención la inclusión de autoridades, pues se supone que siempre expresan sentidos a favor, pero en la realidad no es siempre así, ya que suelen caer en contradicciones que es necesario identificar, controlar y superar.

La columna sobre las acciones de comunicación contiene las alternativas o sugerencias de intervención desde el campo de la comunicación. Su amplitud o límites dependen de la magnitud de las percepciones que se van creando en las ciudadanías. Así, las acciones podrían consistir en la definición de campañas, en la redacción de un comunicado, en una reunión, en la promoción de acciones solidarias, en el refuerzo de mensajes o en la combinación de diversos medios. Debemos recordar que la comunicación se hace tanto en la construcción discursiva como en las prácticas sociales.

Para la identificación de áreas críticas, según las fases de intervención en la incidencia del COVID-19, sugerimos el esquema del cuadro 10.

Cuadro 10
Identificación de áreas críticas

Fases	Áreas críticas			Acciones de comunicación
	Técnicas (salud)	Sociales y políticas	Comunicacionales	
Previsión				
Prevención				
Intervención				

Fuente y elaboración propias

Las fases, lo vimos en capítulos anteriores, se corresponden con las etapas de afectación de la pandemia. La fase de previsión vale para las sociedades que aún no están afectadas por el COVID-19 o su transmisión es por importación de casos. La fase de prevención se corresponde especialmente con la etapa de transmisión local e inicios de la comunitaria. En tanto que la fase de intervención tiene que ver con el impulso de la transmisión comunitaria y su desborde.

Las áreas críticas, en el caso del COVID-19, se expresan especialmente en aspectos de salud, socioculturales y políticos. Estas dimensiones responden a la práctica social que la comunicación tiene que abordar. En estas incluimos las áreas críticas comunicacionales a las que, obviamente, se tiene que saber responder. El factor de medición de la incidencia en cada aspecto depende del objetivo que se esté buscando.

Para cada caso, las acciones de comunicación recomendadas como alternativas tienen que tomar en cuenta las características de cada fase y siempre, por supuesto, las características de vida de las ciudadanías que se expresan comunicacionalmente en sus sentipensamientos.

Capítulo IX

La vida después del coronavirus

*Aunque no podemos adivinar el mundo que será,
bien podemos imaginar el que queremos que sea.*

EDUARDO GALEANO

En estas reflexiones de cuarentena⁸⁸ siento la incontenible necesidad de decirles a todos los jóvenes y niños del mundo que las personas de mi generación no nos resignamos a cerrarla con preguntas sin respuestas. Hemos asumido el compromiso de entregarles un mundo mejor, así sea inconcluso e imaginado, para que las generaciones que nos siguen terminen de construirlo con los ladrillos de esperanza, de solidaridad y de amor con los que estamos enfrentando la coyuntura del coronavirus, recreando la receta heredada de nuestras utopías que se labraron en las luchas por la democracia.

En un mañana ojalá cercano, cuando hayamos salido de este trance global que jamás de los jamases soñamos (sobre)vivir, nos encontraremos en un mundo al que, entre todos, tendremos que aprender a mirar desde otra perspectiva, la de la vida digna, si no queremos que se repitan las condiciones de reproducción y de comunicación que nos han puesto al borde la tragedia.

88 Este apartado contiene complementos tomados de Adalid Contreras Baspineiro, «La vida después del coronavirus».

Somos constructores de nuestra propia destrucción

Imagarnos el mundo después del coronavirus nos concede la posibilidad de tener derecho a soñar con otro mundo que, para vivirlo, necesitamos existir en comuniones solidarias, sin las fragilidades de nuestros individualismos. No será producto de un milagro, sino la realización de un cambio radical en nuestros modos de vida. En realidad, el milagro, más que seguir con vida luego de superar la pandemia, será el haber aprendido a encarar un cambio civilizatorio.

Otro mundo emergerá de los escombros que deja la pandemia. Tenemos que trabajar para que sea un mundo no solamente distinto, sino un mundo donde quepamos todos, sin exclusiones, con dignidad, sin injusticias, con igualdad, sin opresores, con libertad, sin egoísmos, con convivencia en comunidad, sin una voz única, con coros plurilingües de esperanzadora utopía. Está en nuestros corazones concebirlo y en nuestras manos diseñarlo, construirlo y habitarlo.

Incluso un desconocido forastero como el COVID-19, que una noche lúgubre invadió nuestro mundo sin pedir permiso para arrasar en tiempo real y sin compasión ni fronteras a los humanos que deprimamos el planeta que nos da vida, demuestra que no nace de la nada, sino que, como todo proceso, se gesta en las entrañas de la sociedad que vivimos y que transita hacia algún lado, quién sabe adónde.

El hambre es un mal creciente en diversas regiones del planeta. Miles de hectáreas de tierras destinadas a la producción de alimentos han sido reemplazadas por productos que sirven para engordar los agrocombustibles. La violencia étnica y política deriva en desplazados que o mueren en el camino, o en el intento por vivir, al menos vivir, porque su condición de humanos ya parece un imaginario inalcanzable. Uno de nuestros países tuvo que especificar en un decreto la sanción a la violencia doméstica porque la crisis, llevada de la mano de la rutina de un sistema que deshumaniza, incrementó sus niveles en lugar de conducir a solidaridades.

La economía de mercado ha lanzado más rostros y manos a las calles. Las ciudades y países, como en el medioevo, han cerrado sus murallas al ingreso de los viajeros, aunque estos sean sus connacionales. La depredación nos advierte que la naturaleza que se quema, se seca o se ensucia ya no soporta la ambición del capitalismo salvaje. El consumismo nos convierte en sociedades gregarias e individualistas. Los hombres construimos así nuestros caminos de prosperidad, pero —a título del progreso— también somos constructores de nuestra propia destrucción.

Cuando creíamos tener las respuestas nos cambiaron las preguntas

El coronavirus le da vida al grafiti «Yo creía tener todas las respuestas a la vida, hasta que me cambiaron las preguntas», escrito en los albores de la globalización y que fue el preludio de una etapa de la historia que, con todas sus (in)certezas, naturaliza la pobreza, crea el fetiche del mercado, instauro un sistema neoliberal y basa su modelo de progreso en la extinción de la biodiversidad. ¿Usted tiene las respuestas? ¿Qué preguntas existenciales nos ha cambiado el coronavirus?

La particularidad del surgimiento y, sobre todo, de la expansión destructiva de este virus intruso es que se alimenta, engorda y reproduce en la descomposición de un sistema que ya no puede seguir ocultando su verdadera identidad inhumana en los maquillajes consumistas de la economía de mercado. Los siglos contados del capitalismo parecen estar abriendo las compuertas de otro modo de producción y de vida, en la conclusión inexcusable de su fase neoliberal.

Tres dimensiones se confabulan para la generalización indeseada de la pandemia. En primer lugar, el COVID-19 es un elemento desconocido para el cual el avance de la ciencia no tiene respuestas y la precariedad de los servicios de salud y la insuficiencia de elementos de bioseguridad se convierten en sus aliadas. En estrecha relación con

lo anterior, la economía mercantilizada del poder financiero transnacionalizado pone al descubierto ejércitos de desocupados y subocupados que no pueden acomodarse a las medidas sociales que quieren convertirse en la respuesta a un problema sanitario para el cual no se tienen salidas. Y en interacción con ambos, las reacciones de sobrevivencia ante la pandemia globalizada, egoístamente individualistas, no dejan avizorar caminos para soluciones que, además de individuales, son obligatoriamente colectivas. Pandemia-economía de mercado-individualismo constituyen la tríada perfecta de la tragedia.

El sistema que (sobre)vivimos se está descomponiendo al mismo tiempo que descompone lo que encuentra a su paso. Necesitamos otro modelo de desarrollo, con primacía de los derechos por sobre el capital, basado en la sencillez contundente del Credo y del respeto a la vida, a la vida digna, a la vida en armonía, a la vida sin exclusiones, al buen convivir comunitario, a la vida con equidad, para nosotros y la naturaleza que nos cobija.

Todos por igual, ni más ni menos humanos

La nuestra es una sociedad nómada, que en tiempos de coronavirus está transformando a la carrera una infinidad de sus contenedores económicos, ambientales, sociales, culturales, políticos y espirituales. Esto obliga a que sus brújulas sigan el camino de la diáspora, es decir, el de las gentes que se van sin haberse ido, porque sus identidades se quedan, se van y se entrecruzan para continuar siendo. El mundo está inevitablemente cambiando, se ha trastocado. Es el momento para desterrar la enfermedad terminal de la sociedad en descomposición junto con la enfermedad de la muerte.

La muerte, esta señora que hace de la vida un lugar vulnerable, llena el ambiente con su presencia de incertidumbre, de desdicha y de pánico masivo. Nos espanta. Por eso no podemos ver que tras de su guadaña sembradora de dolor, se avizora otra vida, aquí y en otras

latitudes. Hay otra vida, es cierto, y tendremos que descubrir su morada para aprender a vivirla recuperando la cualidad del respeto a las otredades y del amor a los semejantes y a la naturaleza.

La muerte ha superado las capacidades instaladas para que los muertos sean recogidos y entregados a la Madre Tierra y así prolongar su condición de humanos. Pasan a formar parte de las estadísticas, sin despedidas, sin velorio, sin entierro, metidos en bolsas desechables, esperando ser cremados o dejados quién sabe dónde. Son tantas y tantos que deben amontonarlos en pistas de hielo, esperando la posibilidad de convertirlos en cenizas. Y es un cuadro dantesco observar en algunas ciudades como los muertos son dejados en las calles para que alguien los recoja en algún momento, y que tenga la capacidad de reivindicar la vida transcurrida en su cremación o en su sepultura, para que sus almas no vaguen condenadas y sufrientes por el mundo, sino que sean el paradigma de un mundo que tiene que cambiar. Son los «nadies» contemporáneos; ya no tienen nombre.

El coronavirus, que no diferencia a los afectados, porque caen reyes y plebeyos, celebridades y excluidos, ricos y pobres, izquierdistas y derechistas, viejos y jóvenes, varones y mujeres, ciudadanos e indígenas, sanos y enfermos, ateos y creyentes, intelectuales y analfabetos, nos está demostrando que en esta Tierra todos somos iguales, seres minúsculos y vulnerables, indiferenciados e iguales ante la pandemia. Es la oportunidad para tejer una nueva identidad que nos considere a todos por igual, ni más ni menos, humanos.

El retorno del Tercer Mundo

Curiosamente, en este espejo que nos refleja un mundo en el que el dinero no compra la salud, aunque por supuesto su ausencia nos priva de ella, las superpotencias se vieron tan afectadas, frágiles e impotentes ante la pandemia como los países subdesarrollados, en los que renació la noción de Tercer Mundo, en su sentido más reivindi-

cativo, no en el de jerarquía en la escala del desarrollo. Buscamos un nuevo orden económico, social, cultural, geopolítico y comunicacional, donde la calidad de vida ya no se equipare con acumulación de bienes, sino con distribución equitativa, para que todo alcance para todos y la vida fluya digna y dignificante.

Es la oportunidad para cambiar el (des)orden existente y que no sigamos con la historia de la extracción y exportación de nuestras materias primas a cambio de migajas en relaciones internacionales asimétricas. Los ojos del mundo se están poniendo en la quina como una alternativa para combatir el virus. Este producto nuestro, que ya cambió la historia de la medicina con el control de la malaria y la fiebre amarilla hace más de 100 años en el Canal de Panamá, podría, junto con otras alternativas, ponerse en la lista de las soluciones para salvar vidas, pero ya no marginando en el olvido a los países productores, sino para abrir nuevos canales y tender otros puentes para la integración.

¡Quién lo diría! En pleno siglo XXI y con un notable desarrollo de la ciencia y la tecnología, las recomendaciones médicas para la prevención del virus no se encuentran en productos farmacéuticos sofisticados, salvo el humilde paracetamol, sino en prácticas naturales cotidianas como lavarse adecuadamente las manos con jabón, que tiene la propiedad de eliminar la superficie grasosa del 2019-nCoV que provoca síndrome respiratorio agudo grave (SARS, por sus siglas en inglés). Otras medidas recomendadas, como mantener una distancia adecuada en las filas, llevar barbijo o taparse la boca y nariz si se tose o estornuda, no son extrañas. No hay nada que no sea posible hacer. El remedio preventivo ya no tiene secretos que solo los especialistas entienden, ni tiene los (dis)gustos ni (sin)sabores (in)soportables del aceite de bacalao. Se trata de una receta conocida, accesible y posible de ser compartida y realizada eficazmente con un trato humanitario de los médicos, una orientación clara de parte de

los factores de opinión y la responsabilidad de los ciudadanos, como siempre debería haber sido.

Los de la calle

¡Cuánta discriminación en la comprensión de los hechos! ¿Por qué? ¿Por qué sino porque está viva en y con nosotros? De buenas a primeras, millones de ciudadanos de todos los países, aunque quisieran, no podrían haberse acogido a las medidas de la cuarentena sin tener las condiciones para hacerlo. Aun sabiendo que sus vidas, las de sus seres queridos y las de sus paisanos dependen de seguir las reglas del distanciamiento social y permanecer dentro de sus casas, no podrían haberlo hecho sin medidas de compensación a su destino de vida en la calle. Este es su lugar de trabajo cotidiano para el ingreso diario. Para algunos, la calle es también su hogar. ¿Cómo podrían garantizarse y garantizarnos vida sin llevar a sus hogares lo que les proporciona la calle?

No son razones culturales las que los tienen en las calles; son fundamentalmente razones económicas, de sobrevivencia. No es por ignorancia ni por mera rebeldía, como los han acusado. Es por pobres. La calle es su medio de vida. Allá viven al día, vendiendo lápices, cordones para calzados, helados, frutas, flores, accesorios de celulares, verduras, jugos, limpiando los parabrisas de los carros o pidiendo limosna. Sus ingresos apenas les dan para la comida del día. Y si se les quita este sustento, ¿de qué vivirían? En algunos países, con buen criterio, se han creado bonos que les alivien su sustento, puesto que, aunque se quisiera, a la carrera y en competencia con la velocidad del coronavirus no se pueden cambiar siglos de desplazamiento. Aun así, no se deben escatimar esfuerzos de compensación, especialmente en países donde la informalidad representa más del 70 % del empleo.

Estamos viendo que en el futuro inmediato, para poder sumarse al privilegio de la cuarentena, el pasaporte para la sobrevivencia, los subocupados y los desempleados necesitan dotarse de las condiciones mínimas que les permitan gozar de este remedio de distanciamiento social y de aislamiento en los hogares. Para ellos, estas medidas son un lujo que no pueden permitirse sin compensaciones, porque su vida y su hábitat son la calle. Para que esto sea estructuralmente distinto en un futuro, la experiencia del coronavirus nos está reclamando que, en el mediano y largo plazo, las políticas estatales se diseñen para terminar con la terciarización, la informalidad y el desempleo. Ya es tiempo de garantizar trabajo digno, que alcance para vivir, superando la práctica actual de trabajar para vivir al día.

Los bestias

Una razón, comprensible, para no acatar las disposiciones es la pobreza. Otra, muy distinta, intolerable, es la estupidez anómica que busca deliberadamente impedir el cumplimiento de las medidas que se toman para enfrentar, contener y vencer a la pandemia.

Los vimos en las redes sociales pidiendo que les inyecten el virus porque su constitución y su alimentación, dicen, los hacen resistentes a todo. Algo parecido expresó Bolsonaro sobre la capacidad de resistencia de los ciudadanos de su país, pidiéndoles que vuelvan a las calles. También los vimos bloqueando el acceso a hospitales destinados al aislamiento de quienes contrajeron el virus. Están atestando locales y ferias comerciales sin guardar las distancias adecuadas y sin las medidas de seguridad para ellos mismos y los que los rodean. Se recomienda la salida de una persona por familia y salen en grupo familiar como en los domingos de paseo.

Los vemos incrustados en los barrios de los pobres, azuzando y desafiando a las autoridades con el pretexto de buscarse el sustento. Y los vemos también en las calles de los ricos caminando en patota o

dando vueltas sin destino con sus carros, desafiando a la muerte desde una supuesta inmunidad egoísta que, lo saben, no podrá resolverse ni con sus seguros privados. Esto significa que las acciones de persuasión deben ser un recurso intenso y permanente y, por supuesto, que las medidas para el cumplimiento de las resoluciones, amparadas en decretos, son alternativas válidas de protección de las sociedades.

El clima social de vulnerabilidad, que sin la información adecuada puede derivar en pánico, lo sufrimos cuando los ciudadanos abarrotan los mercados y supermercados hasta dejarlos vacíos, aun a costa de una injustificada subida de los precios de los productos recomendados para el cuidado personal y de los alimentarios. En paralelo, y de manera misteriosa, los productos esenciales escasean y se esfuman de los estantes, para aparecer por debajo de la mesa a precios exorbitantes. El sistema no hace sino mirar de reojo estas desviaciones, a pesar de los esfuerzos de las autoridades nacionales y locales por garantizar estabilidad.

Cundió la (des)información de que los perros y los gatos son portadores del virus; por ello, muchas mascotas fueron abandonadas en las calles. También se dijo que los ancianos son propensos a contraer la enfermedad, a la transmisión y la muerte, y este argumento se convirtió en la excusa para el descuido de jóvenes y niños, de quienes se decía tenían más resistencia a la pandemia. Las estadísticas se ocuparon de demostrar que el COVID-19 no distingue edades y que sí, ciertamente, es letal en los casos de existencia previa de enfermedades de base como la diabetes, el cáncer, la hipertensión o el VIH.

Es incomprensible el sistema por inhumano e insolidario, pero es prácticamente imposible intentar comprender la oposición a las medidas por razones políticas. En algunos países, las autoridades de gobiernos regionales y locales no colaboran con el cumplimiento de las medidas gubernamentales por el solo hecho de no comulgar con su línea ideológica, como si en tiempos de crisis los colores políticos

tuvieran vigencia. Así y todo, se tiene que el buscar diálogo político para coronar pactos sociales por la vida. Y, por supuesto, si quienes se oponen no presentan caminos de solución, las medidas políticas de obstrucción merecen también respuestas políticas para viabilizar las soluciones.

Tampoco debemos intentar comprender las medidas propuestas por algunos empresarios que buscan, en esfuerzos regresivos de flexibilidad laboral, negociar la cuarentena como una medida de vacación colectiva. Véase cómo las situaciones de crisis por razones absolutamente externas se aprovechan para vulnerar los derechos. Es necesario inyectar recursos para que no se desaceleren desmedidamente las economías nacionales, lo que implica apoyos a empresas, trabajadores y ciudadanos con medidas extremas de incentivos, como extremas son las situaciones creadas por las pandemias, al mismo tiempo que se compromete el aporte de todos a una causa que es común.

En este ambiente, los espacios en los que analistas y «opinólogos» dan rienda suelta a sus aprendizajes a la carrera no son un recurso comunicacional adecuado. La población está ansiosa de respuestas, de salidas, de orientaciones, de alternativas de solución. Su consumo mediático parte de una alta sensibilidad y, por tanto, se vuelve más propensa a seguir lo que los factores de opinión le sugieren. Y se están sugiriendo cosas muy contradictorias, por ejemplo, sobre si hay que usar barbijos o no, o si el consumo de ajo combate el virus o no. No contribuye, aunque sea cierta, la plañidería que se revuelca repetidamente en la precariedad de la salud en nuestros países por descuido de gobiernos anteriores; el desafío es salir adelante a partir de estas carencias. Tampoco aporta especular que, como en la China ahora hay 2 millones menos de usuarios de celulares, esta vendría a ser la cantidad real de víctimas por COVID-19. Es tiempo para orientar, no para generar mayor ansiedad ni pánico, pues ya la misma realidad es

lo suficientemente cruel como para agravarla con discursos especulativos. Hay que decir y saber decir la verdad, solo la verdad.

Acaso la expresión política y económica más extrema sea la posición de Trump, quien —sin ofrecer alternativas— sostiene que el colapso económico que produce la cuarentena va a provocar más muertos que el coronavirus, porque obliga a que los trabajadores se encierren en sus casas para proteger sus vidas a costa de poner en riesgo la vida de las fábricas. Será acaso por eso que, en este momento, cargando su *ethos* imperialista, Estados Unidos es el país con más casos confirmados de afectados y uno de los que más muertos carga en las espaldas por la pandemia. Nada más y nada menos que la mayor potencia del mundo. Cosas de la primacía del mercado, del capital y del lucro por sobre la vida.

Los que fueron

Son situaciones como las que se viven con el COVID-19 las que desnudan la precariedad de nuestros sistemas de salud. La infraestructura es insuficiente e inadecuada y el equipamiento totalmente deficitario. El monstruo es demasiado grande para sociedades en las que los presupuestos destinados a defensa, a las obras físicas y al comercio son infinitamente superiores a los de la salud, la seguridad social y la educación. El monstruo es demasiado grande incluso para la capacidad de hospitales privados que, convertidos en negocios lucrativos, ofrecen mejores condiciones. El monstruo es también gigantesco para hospitales públicos y municipales donde los esfuerzos de inversión en infraestructura y equipamiento y, especialmente, la calidad y calidez del personal médico, que los convierte en héroes de este proceso, no son suficientes para combatirlo. El monstruo es tan grande y exigente que, no contento con invadir los hospitales, ha obligado a alojar a sus víctimas en centros deportivos, culturales y hoteles especialmente habilitados para recibirlas.

En estos sistemas, donde el capital vale más que la vida, o la vida vale un capital inalcanzable, los hospitales atestados de casos de coronavirus han llegado al extremo de obligarse a elegir entre la vida de los niños, los jóvenes, los adultos o los adultos mayores. En estas circunstancias, resulta casi una obviedad descartar a los que fueron y forman la generación de la tercera edad, condenándolos a morir en el mar de pobreza sanitaria de países pobres y ricos. ¡En pleno siglo XXI! Necesitamos, pues, un sistema en el que nunca más la vida deba optarse por edades en función de las carencias materiales. Es el momento para darle la vuelta a las bases filosóficas que sostienen los presupuestos nacionales, priorizando el derecho a la vida y la inversión en salud, seguridad social y educación.

El reencuentro de la justicia y la libertad

Lo escribió Eduardo Galeano en su evocación del derecho a soñar: «La justicia y la libertad, hermanas siamesas condenadas a vivir separadas, volverán a juntarse, bien pegaditas, espalda contra espalda». Y, añadimos, el ejercicio de la justicia volverá a ser autónomo, sin dependencia de los gobiernos de turno.

Más compleja es la situación en aquellos países donde, además de la tríada pandemia-economía de mercado-individualismo, cargan con procesos electorales que todo lo que tocan lo convierten en un bien transable en votos y las acciones de lucha contra el coronavirus se confunden con proselitismo político. En estas condiciones, algunos frentes políticos no dejan de publicitar imágenes de candidatos y promesas electorales, tratando de posicionarlos, ignorando o valiéndose de la pandemia. Esto, que en tiempos normales se llamaría oportunismo político, en tiempos de coronavirus se convierte en inoportuna politiquería.

En estos países, uno de los dos elementos debe ponerse en receso porque son una pésima combinación. O se pone en pausa la pan-

demia o se pone pausa a las elecciones. Y como el coronavirus no se extingue por decreto, en acuerdo político por la vida se debe poner en pausa a las elecciones, para dedicar la dinámica social y política del país a la intervención concertada, disciplinada, rigurosa y estrictamente militante de la causa individual y colectiva por la vida. Todos los colores políticos necesitan encontrarse en uno solo: la camiseta del triunfo de la vida con esperanza.

Una lección que deja la búsqueda de soluciones a la pandemia es que los gobiernos no pueden seguir trabajando aislados en una soledad partidaria que no los empodera, sino que los inviabiliza. Allí donde están funcionando las medidas de prevención y contención es donde las organizaciones y la ciudadanía se incluyen con corresponsabilidad en las soluciones, de la mano de las decisiones estatales o, más bien, generándolas. El elemento articulador de esta relación es el diálogo, el consenso, el reconocimiento de propuestas y capacidades que tienen que ser recogidas y canalizadas en políticas adecuadas y pertinentes bajo la conducción de los gobiernos. Esto es lo más parecido a una democracia participativa, la que garantiza participación por el bien común, con disciplina y (co)responsabilidad, para deterrar los autoritarismos que solo reflejan incapacidades y generan distancias y resistencias.

Otra lección aprendida es que, en estas situaciones, el pueblo quiere soluciones y ya no más promesas. Las medidas oficiales tienen que ser adecuadas, eficientes, íntegras, oportunas y promotoras de la unidad. Que los pobres no tengan que salir a las plazas en contra de su voluntad para expresar que tienen hambre, porque las medidas no satisfacen el mínimo necesario para acogerse a la cuarentena. O que no ocurra lo que pasó en el sur de Italia, donde familias tuvieron que ocupar los centros de abastecimiento para conseguir un poco de alimento. Estamos viendo que las políticas tienen que darle vuelta a la orientación discriminadora y remediar una deuda histórica, asu-

miendo una opción por los más pobres, con un trato especial y diferenciado, y otorgándoles las condiciones mínimas para involucrarse en la lucha por su vida y la de las sociedades.

Nuestra casa común

Han surgido mensajes que dicen que la naturaleza, en su proceso de resiliencia, amparó el coronavirus para corregir el rumbo del mundo. El cambio climático ya fue una advertencia, pero, a pesar de su rudeza, no parece haber sido un mensaje suficientemente contundente como para que cambiemos nuestros hábitos. Lo cierto es que en estos días de cuarentena los cielos se están limpiando sin el esmog de las ciudades, los ríos recuperan su color cristalino sin la escoria de los minerales, se está reduciendo el nivel del CO₂ sin la emisión de gases de efecto invernadero, y aves y otros animales confinados por la civilización visitan las calles vacías de los poblados despoblados. La casa común, que ha esperado siglos pacientemente que la cuidemos y retribuyamos la vida que nos proporciona, ha optado por regenerarse sola. Nos ha dado una lección que, si no la aprendemos ahora, nos borrará de la historia, mientras la naturaleza rejuvenecida estará preparada para recibir a otra civilización, menos salvaje.

Debemos reconocerlo, hemos sido indolentes y malagradecidos con la Madre Tierra, nuestra dadora de vida, aquella que creemos nos pertenece, cuando somos nosotros quienes le pertenecemos a ella. La minería ilegal no se compadece de su entorno, envenena ríos y sembradíos con mercurio. Quemamos bosques con incendios dantescos que socavan la vegetación, la fauna y las culturas, y así y todo buscamos que se los vea como necesarios para justificar la expansión agrícola. Las transnacionales desvían ríos para construir represas y fuentes de electricidad necesarias para la ampliación de sus industrias, desplazando a comunidades enteras.

El mundo no puede seguir autodestruyéndose así. Necesitamos mirar la vida desde otra óptica, respetuosa del valor de la biodiversidad, y poner en práctica acciones que sigan otras huellas y que garanticen la vida en nuestro planeta. Este es el tiempo para que las tablas de Moisés incorporen un nuevo mandamiento: «Amarás a la Madre Naturaleza más que a ti mismo».

Una cosa es cierta y debe cambiar, y está ya cambiando. No se puede seguir protegiendo un sistema que multiplica pobres y bosques talados para su existencia. La lucha es contra la pobreza, es decir, la búsqueda de sociedades sin desigualdades, donde ya no se sigan fabricando pobres.

Siguiendo el pensamiento del papa Francisco, expresado en la encíclica *Laudato si'*, debemos reconocer que no hay dos crisis separadas, una ambiental y otra social, sino una sola y compleja crisis socioambiental. Por lo tanto, se requieren respuestas integrales, de una ecología integral que contemple combatir la pobreza, devolver la dignidad a los excluidos y, simultáneamente, cuidar la naturaleza.

Se impone como desafío encontrar los modelos para dar una respuesta integral a un problema integral. Reconocer el valor de la vida en el planeta es ya un buen inicio para ello. Tendremos que mirar en la sabiduría de nuestros pueblos, aquellos que proclaman el *Suma Qamaña* aimara, el *Sumak Kausay* quechua, el *Tekoporá* guaraní, el *Machal'al* maya, el *Küme Mongen* mapuche, el *Lekil Kuxlejal* tsotsil y tzeltal chiapanecos, como el buen convivir o la vida espléndida, donde vamos todos juntos, sin que nadie quede atrás, en procesos de convivencia comunitaria y de armonía individual, social y con la naturaleza y el cosmos.

Pandemia informativa

Los medios no cambian su estilo, es lo que han aprendido a hacer, esto es lo que les brinda réditos, fama e ingresos. El sistema comu-

nicacional contemporáneo se diseñó así. Nuestro amigo Omar Rincón, destacado comunicólogo colombiano, lo llama «estilo futbolero» porque las noticias —pónganse ustedes a pensar en cómo se están publicando los incrementos diarios del número de afectados y de muertes— se anuncian con la misma expectativa que crea la ejecución de un penal en el último minuto de juego. Guardemos la euforia para los momentos en los que hayamos logrado controlar o derrotar a la pandemia; que no se naturalice la desgracia, sino el sentido de enfrentarla.

La globalización trajo consigo la mercantilización de la comunicación y legitimó programaciones que aligeraron el discurso, el contenido y la forma, a la par del aligeramiento de la vida. Fue entonces que se impusieron como los dispositivos útiles la búsqueda de la exclusividad, la primicia informativa, la banalización de los hechos y la espectacularización de la vida. Esto, denominado «estilo *snob*» según Adriana Amado, proporcionaba audiencia. El problema de su arrastre en tiempos de coronavirus es que este estilo, hecho para el entretenimiento, la evasión y la distracción, se hace aliado de la pandemia, convirtiéndose en otra pandemia, un virus comunicacional que tiene también que ser erradicado.

Los medios tradicionales, «sin querer queriendo», en su afán por informar y mantener a la población informada y alerta, están sobresaturando el ambiente de información. Ocurre un proceso de sobreinformación parecido al de las redes sociales, que tiene como una de sus características la producción y circulación de una vorágine de notas, no siempre conectadas, que se repiten o saltan de un lugar a otro. No tienen el chismerío de las redes, que admiten como su habitante natural a las *fake news*, pero de todas maneras convierten a la incertidumbre de la vida en un reflejo mediático. Existen muy buenos periodistas, es cierto, y reconocemos que en su quehacer de alto va-

lor comunicacional con ética están también arriesgando sus seguridades para mantenernos informados.

No se notan estrategias comunicacionales adecuadas por detrás de las piezas sueltas que lanzan los ministerios de comunicación. La abundancia de *spots* televisivos, cuñas radiales, *hashtags* y notas en Facebook y Twitter, o las entrevistas redundantes y conferencias de prensa de las autoridades o los comunicados no suplen una estrategia ni contribuyen a una información adecuada. La comunicación oficial, y la de los medios privados, públicos y comunitarios en general, tiene que conocer y desarrollar los enfoques y metodologías de la comunicación en situaciones de crisis, adaptándolas a estos tiempos de coronavirus.

Experiencias extremas como las que estamos viviendo confirman que el quehacer de la comunicación no se limita al intercambio de mensajes, y menos a su mera emisión. Por sobre todas las cosas, es un proceso de construcción de sentidos de vida, aquellos que la ciudadanía crea, resignificando o reconstruyendo los mensajes con los que se encuentra e intercambia sentipensamientos, conocimientos, actitudes, prácticas, imaginarios y esperanzas. En otras palabras, la comunicación construye mediaciones tendiendo puentes con nosotros mismos, con nuestro yo, con nuestro entorno familiar, con los vecinos, paisanos, humanos, con el virus, con la naturaleza, con la vida y con el futuro.

Siendo así, la comunicación en situaciones de crisis tiene sus propios mecanismos de realización. Empieza preguntando: ¿en qué está enfocada la gente?, para engancharse en el dominante sentimiento de incertidumbre, de miedo, de inseguridades, de preguntas sin respuestas y de resguardo en la propia sobrevivencia. Desde allí camina hacia otros rumbos, para responder a esta otra pregunta: ¿en qué debería enfocarse la gente?, y trabajar en consecuencia. Para ello, adecúa, acomoda y dosifica la información, ya no solamente sobre los

consejos necesarios para la sobrevivencia con un sentido personalizado de responsabilidad (lavado de manos, uso de barbijo, cuarentena...), sino también para la promoción, generación y construcción de un ambiente de solidaridades mediante mensajes que muestren que la solución es tarea colectiva y que contener y derrotar el virus es tarea de todos. Se trata, entonces, de crear un sentido de compromiso común, en el que los ciudadanos se sientan parte de las soluciones, aportando con su responsabilidad individual y social.

Existen principios para el trabajo comunicacional en situación de crisis. El primero es borrar todo rasgo del sentido publicitario, del *marketing* que se preocupa por posicionar imágenes de autoridades o por justificar institucionalidades y que construye espacios en los que se muestra a estas como los superhéroes que van a salvar el mundo de la pandemia. Este estilo publicitario se refleja también en los titulares estrambóticos y sensacionalistas de las noticias, cada medio a su estilo, que poco enganche tienen con la necesidad de darle serenidad a las sociedades, amén de que guardan poca relación con lo que contienen las notas.

Decir siempre la verdad es otro principio innegociable. No ocultar la realidad, por más dura que sea, y encontrar las maneras adecuadas de mostrarla sin alarmar ni exagerar, recogiendo más bien ejemplos y precedentes para la responsabilidad individual y colectiva. Desde otra perspectiva, decir siempre la verdad implica no agrandar los impactos de las medidas que se toman, desliz que suele ser frecuente en las autoridades, especialmente para justificarse. Lo vemos en situaciones en las que el autoritarismo genera tensiones y hasta rechazos y confrontaciones. Y lo vemos también en la desconfianza que se genera debido a las contradicciones entre autoridades y factores de opinión que, por la prisa, la desesperación o la primicia, hacen afirmaciones radicalmente opuestas sobre un mismo hecho.

En tiempos de coronavirus, la comunicación adquiere un sentido educativo, obviamente no en el sentido tradicional de la educación bancaria encerrada en la transmisión de conocimientos, sino de aquella preocupada por los aprendizajes. Es bueno que se desenvuelvan, por todos los medios y en todos los formatos, experiencias de periodismo tutorial, que orienta sobre las medidas que se deben adoptar, con disciplina. Esto es bueno, es necesario y la reiteración no sobra. Lo importante de esto son los aprendizajes, es decir, que la población asuma las recomendaciones con responsabilidad, con sentido de solidaridad, asumiendo que cada persona, sus familias y sus comunidades forman parte de un compromiso colectivo por el bien común. Estos aprendizajes significativos, trascendentes, como decía Paulo Freire, son lecciones de vida.

En este tiempo, las formas de reproducción social y las situaciones comunicacionales, además de encontrarse en los sentipensamientos de las personas, se encuentran en los espacios de comunicación en los cuales se recrean. Estos espacios son los medios, las voces oficiales de las autoridades, los intercambios sin medida por las redes, los chats o reuniones virtuales vía Skype o Zoom, o los lenguajes de señas que se adoptan en las calles. Sin duda, un espacio que cobra especial vitalidad e importancia radical por la cuarentena es la familia. Las ofertas de los medios tienen que reescribirse para acompañar los sentidos que se (re)crean en los hogares, que son a la vez emotivos, educativos, informativos, distractivos, lúdicos y espirituales.

Es importante que los espacios participativos de los medios no se conviertan en sitios de quejas y lamentos, tampoco en estrados de «fiscalizmedios», con sus «periodisjueces». Hemos visto en la televisión a periodistas exigiendo sus cédulas y barbijos a los transeúntes con el mismo rigor que los militares y policías. ¿Será este su rol? No tengo la menor duda de que su mayor aporte estaría en garantizar que los espacios participativos de los medios se inunden

con las buenas iniciativas de quienes se atreven a fabricar barbijos siguiendo recomendaciones sanitarias o en el atrevimiento loable de quienes inventan respiradores, cabinas desinfectantes o aplicaciones que permiten autodiagnósticos, o en los jóvenes que asisten a las personas de la tercera edad. Que los medios destaquen las iniciativas de las autoridades que garantizan servicios, abastecimiento, asistencia y condiciones para seguir viviendo esperanzados en un contexto de miedo e incertidumbre. Una comunicación poscoronavirus con estas características estaría encaminando el ansiado derecho a la comunicación y a la palabra.

Mirarnos en el espejo de nuestras vidas

En una de las paradojas típicas de la socialización en tiempos de coronavirus, las medidas de distanciamiento y aislamiento social son provocadoras de reencuentros de las personas consigo mismas y con el entorno primario, así como de reencuentros virtuales emocionales con los conocidos y los por conocer. Ser padre, madre, hermano, hijo, abuelo, ser familia, ser humano es un modo de reproducción social que los medios de comunicación de todo tipo tienen que saber acompañar, siguiendo los ritmos de su cotidianidad y alimentando la necesidad de diálogo, el valor que tiene el saber compartir, la riqueza que representa el objetivo logrado mediante esfuerzos compartidos, y la capacidad positiva de la tolerancia, del respeto mutuo, de las rutinas convivientes, de la solidaridad, de la contundencia del amor y de las esperanzas.

La frenética vida de los días habituales no dejaba espacios para el encuentro con las propias subjetividades. Con la dinámica de los trabajos, el estudio, el internet, el transporte alocado, y con la urgencia de la instantaneidad, todo se vuelve obsoleto raudamente y se achican los tiempos para el encuentro conviviente, así como los espacios para la reflexión. La vorágine de la vida, siempre atestada de

gente, nos convierte en realidad en seres solitarios. Ahora que el coronavirus nos destina al aislamiento, hemos recuperado momentos para estar con nosotros mismos, solos, pero ya no en soledad, porque nos reencontramos con nuestra identidad, con nuestro transcurrir por el mundo, con las cosas pendientes, con los abrazos no dados y los afectos no expresados.

En el aislamiento social, las horas transcurren retrocediendo la marcha del mundo, quién sabe hacia dónde, tal vez hacia su resiliencia si lo dejáramos rotar solo; quizás hacia el apocalipsis si dejamos que el COVID-19 comande la nave de nuestros destinos; o posiblemente también hacia la resiliencia de las sociedades si juntamos nuestras individualidades en solidaridades, convertimos nuestros miedos en coraje y transformamos nuestras vulnerabilidades en una ira que nos convierta en una comunidad de voluntades para resistir y ganar. El solo hecho de emprender esta tarea ya sería la semilla para una sociedad más digna, germinada en el seno de una sociedad que está viviendo días que parecen años, sin distinguir si se trata de una realidad o una pesadilla, tal vez porque se trata de una realidad de pesadilla.

Mirarnos en el espejo de nuestras vidas nos ha permitido reencontrarnos con nosotros mismos, con los nuestros, con la sociedad, y aprender que no estamos solos y que somos «yo» en cuanto somos «nosotros». En los caminos de la resistencia al coronavirus estamos aprendiendo a necesitarnos, a creer en la fuerza de la complementariedad y la reciprocidad y a convencernos de que juntos somos muchos; en realidad, que juntos somos... y que así se vislumbran luces de esperanza en el horizonte.

Son luces de esperanza para reconstruir los caminos de la vida; los destellos que se convierten en fulgores con el trabajo coordinado entre los gobiernos centrales y los gobiernos regionales y municipales, y de estos con las organizaciones ciudadanas, porque generan

confianza, porque suman fortalezas, porque ponen las políticas públicas en función del derecho a la vida de las poblaciones.

Son luces de esperanza las que emanan de las vocaciones de médicos, enfermeras, policías, militares, encargados de limpieza, proveedores de alimentos, funcionarios, periodistas, héroes que, arriesgando sus vidas por las nuestras, nos dicen con sus acciones que nos toca corresponderles siendo generosos con nuestros semejantes, cumpliendo las normas religiosamente, asumiendo el compromiso universal por la vida, haciéndonos todos uno solo, indestructible, para demostrarnos que hemos iniciado una nueva vida, que hemos dado vida a un mundo diferente, el de la vida digna.

Como pocas veces en la historia, los pueblos del mundo han vuelto a la práctica de la oración individual o grupal, familiar y virtual, con ritos de distintas religiones y culturas buscando que Dios nos conceda el milagro de dar fin a la pandemia. Como esta sigue su marcha irrefrenable a pesar de los ruegos, el jesuita Víctor Codina se pregunta «¿dónde está Dios?» y se responde que se hace presente en la gente que sufre, en la gente que muere, en los que cuidan de ellos con cariño, y que lo hace también ayudándonos a llevar esta situación con esperanza, con nuestra contribución cuando cuidamos la tierra y cultivamos un mundo de fraternidad.⁸⁹

Estamos en camino, resistiendo al coronavirus, avizorando una nueva vida, que la figuro en las letras de Alexis Valdés parafraseando a Benedetti: «Cuando la tormenta pase, te pido Dios, apenado, que nos devuelvas mejores, como nos habías soñado».⁹⁰

89 Manuel Cubas, entrevista al teólogo jesuita Víctor Codina, «En medio de esta pandemia, ¿dónde está Dios?», *Vaticano News*, 31 de marzo de 2020.

90 Alexis Valdés, «Esperanza», <http://poetiza.me/poema-esperanza-de-alexis-valdes>, consulta realizada el 5 de septiembre de 2020.

Epílogo: De los miedos a las esperanzas

*Quitarse los miedos
dejarlos afuera.
Pintarse la cara
color esperanza.
Tentar al futuro
con el corazón...*

DIEGO TORRES

Hemos reflexionado detenidamente sobre un título capaz de expresar el contenido y las pretensiones de este texto, escrito con prisa en la paradójica quietud del confinamiento por cuarentena y con la urgencia de sacarlo del confinamiento para ponerlo en la libertad de las trayectorias de la palabra, de las decisiones y de las acciones comunicacionales en estos particulares tiempos de coronavirus, de aislamiento social y de pandemia informativa.

Es un ejercicio parecido al de la comunicación y al de la participación de las ciudadanías en la contención, primero, y en la superación de la pandemia, después. Y es también un acto inclusivo, cuyo buen destino depende de todos. Por eso hablamos de quitarnos los miedos, porque de eso se trata, de salir de las esferas que, debido a la incertidumbre bañada de incertezas y temores, nos hacen seres vulnerables. Quitarnos los miedos para encarrilarnos en las esferas que la misma incertidumbre abre a la búsqueda de certezas y de esperanzas. Tenemos que correr ese riesgo motorizando nuestras reflexiones, del mismo modo que las acciones ciudadanas se dinamizan con transiciones movidas por la solidaridad.

Siguiendo el camino de estas reflexiones de cierre, en un ambiente de destiempo histórico, de avivamiento de la memoria y de sueños para habitar el futuro, recupero el pensamiento del maestro de la educación para la vida, o la educación liberadora, don Paulo Freire, cuando afirma que la cultura del silencio es producto de la expresión de la sociedad colonizada, que se preserva y reproduce precisamente con el silencio dominado por la legitimación de las diferencias. Hablando del coronavirus, diríamos del silencio dominado por el miedo.

Por eso, se trata de romper el silencio dominado por el miedo, lo que implica romper el miedo mismo. Romper el silencio es, entonces, quitarnos los miedos. Y esto empieza con el ejercicio de darnos cuenta de las causas que nos llevan al aislamiento y, desde ese punto, avanzar hacia la explicación de sus procesos y de sus consecuencias, tomando en cuenta las condiciones de las realidades concretas que vivimos.

Quitarnos los miedos implica, por tanto, mentalizarnos y actuar en consecuencia, sentipensando y organizando formas para transformar la cultura del silencio en la cultura de la vida. Entonces, así, de la quietud de los miedos avanzamos a la dinámica movilización de las libertades. Este derrotero tiene dos recorridos. Primero, la transición y, luego, la acción transformadora que abre los caminos hacia el devenir u horizonte que soñamos, habiendo asumido críticamente que ese destino será obra de las experiencias de solidaridad y de los pactos por la vida en los que participemos todos, sin exclusiones.

Como dice Paulo Freire, la conciencia crítica vive en el mundo de la utopía, que se convierte en el mundo de nuestra realidad cuando hemos asumido el riesgo de construirlo. En su praxis transformadora, el hombre se hace creador del mundo de la vida. Por consiguiente, quitarnos los miedos es también una forma de comunicación, a la que podemos definir como una recreación de las experiencias de comunicación transformadora. Esa comunicación que fabrica

relatos para estar juntos, que pone en diálogo las distancias obligadas por la cuarentena, que recoge y narra historias de solidaridades, que inventa formas de orientación para promover la responsabilidad individual y social en medidas tan simples, a la vez que trascendentales, como resulta en estos tiempos el lavarse las manos, utilizar guantes y barbijo, guardar distancias adecuadas y quedarse en la casa.

Es una comunicación que se arriesga a confrontarse con dos virus letales: el COVID-19 y la pandemia informativa. Vaya uno a saber cuál de los dos hace más daño que el otro. Juntos son altamente destructivos.

El coronavirus nos ha encontrado indefensos, con precarias condiciones de salud y, además, fragmentados. En realidad, esta historia no es nueva, sino repetitiva. La misma historia nos ha demostrado que hemos combatido las distintas condiciones de fragilidad con solidaridades tejidas en la articulación de nuestras afectaciones y nuestras esperanzas. En este momento es preciso recuperar la memoria y convencernos de que no es la competitividad, sino la cooperación, la que nos ha permitido avanzar en la historia. Porque nuestro dolor es compartido, lo vamos a convertir en un grito común, fraterno, para salir de esta crisis.

La comunicación es el vehículo que nos va a permitir superar el sentido común del miedo y reemplazarlo por la praxis de la esperanza. El encuentro en la distancia nos va a permitir ensanchar nuestros espíritus de hermanamiento y demostrarnos que las alternativas de solución están en nosotros, en nuestra responsabilidad individual y social, en nuestros grados de conciencia sobre la gravedad del problema, en nuestra voluntad por enfrentarlo adecuadamente y en comunidad, y en nuestro compromiso común para refrendar un pacto por la vida.

No se diga más. La experiencia vivida nos lo está demostrando, los seres humanos con miedo no vislumbran esperanzas, y las sociedades sin esperanzas no se construyen futuro. La comunicación

es uno de los caminos más apropiados para quitarnos los miedos, recuperar la memoria, labrarnos utopías y habitarlas con esperanza, unidos por la vida. La comunicación es la mensajera y la portadora de un espíritu de comunidad para proponernos salir juntos de esta pandemia que nos dibuja un mundo sin salidas. Vamos a salirnos de este mundo del silencio y de los miedos, para habitar el de nuestras ilusiones, ese mundo de la esperanza y de la vida digna.

Bibliografía

- Amado, Adriana. *Política pop: De líderes populistas a telepresidentes*. Buenos Aires: Ariel, 2016.
- Arias, Gonzalo. «Coronavirus: La comunicación en tiempos de crisis». *Infobae*, 15 de marzo de 2020.
- Balbis, Alejandro. «El lugar». En *El gran pez*, 2009. CD.
- «Banco Mundial calcula que PIB de América Latina se contraerá en 4.6 %». *Página 7*. (La Paz, Bolivia), 12 de abril de 2020.
- Barrera Méndez, Juan Antonio. «El miedo colectivo: El paso de la experiencia individual a la experiencia colectiva». *El Cotidiano*, n.º 159 (2010): 5-10.
- Beltrán, Luis Ramiro. «Adiós a Aristóteles: La comunicación “horizontal”». *Comunicación y Sociedad*, n.º 6 (1981): 5-35.
- . «La comunicación para el desarrollo en América Latina: un recuento de medio siglo». *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación* 4, n.º 8 (2006): 53-76.
- Benedetti, Mario. «Medios de comunicación». *Blogpoemas*.
- Bourdieu, Pierre. *Cuestiones de sociología*. Madrid: Istmo, 2008.
- Breilh, Jaime. Entrevistado por Canal Abierto. «Está servida la mesa para el virus». *Canal Abierto*, 7 de abril de 2020.
- Castillero Mimenza, Oscar. «Condicionamiento encubierto: Qué es, cuáles son sus fases, y técnicas». *Psicología y Mente*. Accedido 13 de abril de 2020. <https://psicologiymente.com/psicologia/condicionamiento-encubierto>.
- «Condicionamiento operante». *Wikipedia*. Accedido 13 de abril de 2020. https://es.wikipedia.org/wiki/Condicionamiento_operante/.
- Contreras Baspineiro, Adalid. *El buen-convivir y bien-transformar en la comunicación: Sistematización de prácticas innovadoras para el Buen Vivir*. Quito: Signis ALC, 2019.
- . *Jiwasa: Comunicación participativa para la convivencia*. Quito: FES Comunicación, 2017.

- . «La comunicación en tiempos del coronavirus». *Mediaciones*, n.º 23 (2020): 1-10.
- . «La vida después del coronavirus». *Signis ALC*. 23 de abril de 2020.
- . *Recordar el futuro: Planificación de la comunicación desde la comunicación*. Neiva-Bogotá: Editorial Universidad Surcolombiana, 2018.
- Costa, Carlos Víctor. «La comunicación contra el virus de la desinformación en la crisis de la enfermedad COVID-19: Cinco objetivos principales». *Marketing y Comunicación*. 13 de marzo de 2020. <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/la-comunicacion-contra-el-virus-de-la-desinformacion-en-la-crisis-de-la-enfermedad-covid-19-cinco-objetivos-principales/>.
- Cubas, Manuel. Entrevista al teólogo jesuita Víctor Codina, «En medio de esta pandemia, ¿dónde está Dios?», *Vaticano News*, 31 de marzo de 2020.
- De Oliveira Soares, Ismar. «La gestión de la comunicación en el espacio educativo (o los desafíos de la era de la información para el sistema educativo)». En *La formación del profesorado en la sociedad de la información*, coordinado por Alfonso Gutiérrez, 33-47. Valladolid: Universidad de Segovia, 1998.
- DYM Market Research. «Valoración de los medios de comunicación: Barómetro DYM». *20 Minutos*. Marzo de 2020.
- Elmir Burbano, María Dolores. «Análisis estratégico para fortalecer el rol de vocería técnica, imagen y reputación del Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional ante la población que reside en las zonas de riesgo del valle de los Chillos frente a una posible erupción del volcán Cotopaxi». Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2017.
- Erazo Pesántez, María de los Ángeles. *Comunicación, divulgación y periodismo de la ciencia: Una necesidad imprescindible para Iberoamérica*. Quito: Editorial Planeta, 2007.
- Freire, Paulo. *La educación como práctica de la libertad*. Montevideo: Tierra Nueva, 1971.
- Galeano, Eduardo. «El derecho de soñar». En *Patatas arriba*. Madrid: Príncipe de Vergara, 1998.
- García Canclini, Néstor. *Imaginario urbanos*. Buenos Aires: Eudeba, 2010.
- Han, Byung-Chul. «La emergencia viral y el mundo de mañana». *El País*. 22 de marzo de 2020.

- Harari, Yuval Noah. «Estamos presenciando experimentos en millones de personas». *Clarín*, 6 de abril de 2020. https://www.clarin.com/cultura/harari-historiador-coronavirus-presenciando-experimentos-millones-personas-_0_4d0WuF11J.html/.
- Landowski, Eric. «La mirada implicada». *Revista Anthropos: Huellas del conocimiento*, n.º 186 (1999): 37-56.
- Laso Rivadeneira, José. *Lectura (hiper)textual: Pensamiento y método de Paulo Freire*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2018.
- López-Casares Pertusa, Helena. «Coronavirus: ¿Crisis sanitaria o crisis de comunicación». *The Conversation*, 3 de marzo de 2020. <https://theconversation.com/coronavirus-crisis-sanitaria-o-crisis-de-comunicacion-132897>.
- Maldonado, Effendy. «La perspectiva transmetodológica en la coyuntura de cambios civilizatorios a inicios del siglo XXI». En *Metodología transformadora: Tejiendo la red en educación, comunicación, ciudadanía e integración en América Latina*. Caracas: Red AMLAT / Universidad Católica Simón Rodríguez, 2009.
- Marcos Rodríguez, Loren Altagracia. «Marketing social». *Escuela de Organización Industrial*, 30 de enero de 2012. <https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/01/19/marketing-social/>.
- Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Ciudad de México: Gustavo Gili, 1998.
- Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Editorial Norma, 2000.
- Massoni, Sandra. *Avatares del comunicador complejo y fluido: Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Quito: CIESPAL, 2016.
- . «Metodologías de la comunicación estratégica: Del inventario al encuentro sociocultural». En *Ingeniería en comunicación social y comunicación estratégica*, coordinado por Jesús Galindo Cáceres y Octavio Islas Carmona, 303-21. Rosario: Homo Sapiens Ediciones, 2013.
- . *Comunicación estratégica, comunicación para la innovación*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones, 2011.
- . «12 años de investigación en comunicación estratégica». *La Trama de la Comunicación*, 8 (2003): 35-9.
- «Miedo». *Wikipedia*, 16 de junio de 2020. <http://es.wikipedia.org/wiki/Miedo>.

- «Miedo colectivo». *Wikipedia*, 26 de julio de 2019. https://es.wikipedia.org/wiki/Miedo_colectivo.
- Morin, Edgar. *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro*. París: UNESCO, 1999.
- . «Epistemología de la complejidad». En *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*, editado por Dora Fried Schnitman, 421-42. Barcelona: Paidós, 1994.
- NORAD (Agencia de Noruega para la Cooperación para el Desarrollo). *Enfoque del marco lógico como herramienta para planificación y gestión de proyectos orientados por objetivos*. Oslo: NORAD, 1993.
- Ordine, Nuccio. «Edgar Morin: “Vivimos en un mercado planetario que no ha sabido suscitar fraternidad entre los pueblos”». *El País*. 11 de abril de 2020.
- Paz Soldán, Edmundo. «Días extraños». *La Tercera*. 30 de marzo 2020.
- Pérez, Orlando, entrevista a Juan Carlos Monedero, en *En Clave Política*. Telesur TV, 10 de abril de 2020. 4:30 a 4:45.
- Pérez Colomé, Jordi. «La amenaza del coronavirus impulsa la demanda de información fiable frente a las “fake news”». *El País*. 25 de marzo de 2020.
- Pita, Elena, entrevista a «Gilles Lipovetsky, filósofo: “Los medios deberían reducir la dimensión emocional de la información del coronavirus: genera pánico”». *Expansión*. 6 de abril de 2020.
- Prieto Castillo, Daniel. «Mediación pedagógica en el espacio de la comunicación municipal». *prietocastillo.com*. Accedido 16 de abril de 2020. <https://prietocastillo.com/textos/2/Mediaci%C3%B3npedag%C3%B3gicaenelespaciodelacomunicaci%C3%B3nmunicipal.pdf>
- Ramos, Pablo. *Tres décadas de educocomunicación en América Latina. Los caminos desde el Plan Deni*. Quito: OCLACC, 2001.
- Santoro, Sonia, entrevista a Omar Rincón, «Este virus no es un partido de fútbol». *Página 12* (Buenos Aires), 13 de abril de 2020.
- Secord, Paul y Carl Backman. *Social Psychology*. Nueva York: McGraw-Hill, 1964.
- Silva, Armando. *Imaginario urbano*. 5.ª ed. Bogotá: Arango Editores, 2006.
- Torres, Diego. «Color esperanza». En *Un mundo diferente*. Buenos Aires. BMG U. S. Latin, 2001. CD.
- Torres, William Fernando. *El coraje de vivir a la intemperie: Conversaciones con Jesús Martín Barbero sobre comunicación, escuela y guerra*. Neiva: Editorial Universidad Surcolombiana, 2013.

Quitarnos los miedos. Hacer comunicación
en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa

- Uranga, Washington. «La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales». *Resistencia, Chaco argentino*, junio de 2018.
- . *Planificación estratégica aplicada a la comunicación de gobierno*. Buenos Aires: La Crujía, 2010. <https://www.wuranga.com.ar>.
- Valdés, Alexis. «Esperanza», <http://poetiza.me/poema-esperanza-de-alexis-valdes>. Accedido 5 de septiembre de 2020.
- Valls, Josep-Francesc. *Estrategias y tácticas de marketing: Interpretando al consumidor en su kilómetro cero*. Barcelona: Profit Editorial, 2014.
- Warren, Carl. *Géneros periodísticos informativos: Nueva enciclopedia de la noticia*. Barcelona: A. T. E., 1979.
- Zegada, María Teresa, y Marcelo Guardia Crespo. *La vida política del meme. Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica*. Cochabamba-La Paz: CERES / Universidad Católica Boliviana / Plural, 2018.

El autor

Adalid Contreras Baspineiro es sociólogo, comunicólogo e internacionalista boliviano. Exsecretario general de la Comunidad Andina (CAN) y de la Plataforma Interamericana de Derechos Humanos (PIDHDD). Ha sido secretario ejecutivo de la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC, actualmente SIGNIS ALC) y funcionario internacional de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER, actualmente Asociación Latinoamericana de Comunicación Popular). Académico de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) y del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Profesor invitado en cursos de posgrado de universidades latinoamericanas y europeas en las cátedras de Comunicación para el Desarrollo, Estrategias de Comunicación, Comunicación Política e Integración Latinoamericana. Doctor *honoris causa* en honor a la excelencia educativa por el Consejo Iberoamericano de Educación. Autor de más de treinta libros y de un centenar de ensayos académicos.



**UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR**
Ecuador

La Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) es una institución académica creada para afrontar los desafíos del siglo XXI. Como centro de excelencia, se dedica a la investigación, la enseñanza y la prestación de servicios para la transmisión de conocimientos científicos y tecnológicos. Es un centro académico abierto a la cooperación internacional. Tiene como eje fundamental de trabajo la reflexión sobre América Andina, su historia, su cultura, su desarrollo científico y tecnológico, su proceso de integración y el papel de la subregión en Sudamérica, América Latina y el mundo.

La UASB fue creada en 1985. Es una institución de la Comunidad Andina (CAN). Como tal, forma parte del Sistema Andino de Integración. Además de su carácter de centro académico autónomo, goza del estatus de organismo de derecho público internacional. Tiene sedes académicas en Sucre (Bolivia) y Quito (Ecuador).

La UASB se estableció en Ecuador en 1992. En ese año, suscribió con el Ministerio de Relaciones Exteriores, en representación del Gobierno de Ecuador, un convenio que ratifica su carácter de organismo académico internacional. En 1997, el Congreso de la República del Ecuador la incorporó mediante ley al sistema de educación superior de Ecuador. Es la primera universidad en el país que logró, desde 2010, una acreditación internacional de calidad y excelencia.

La Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador (UASB-E), realiza actividades de docencia, investigación y vinculación con la colectividad de alcance nacional e internacional, dirigidas a la Comunidad Andina, América Latina y otros espacios del mundo. Para ello, se organiza en las áreas académicas de Ambiente y Sustentabilidad, Comunicación, Derecho, Educación, Estudios Sociales y Globales, Gestión, Letras y Estudios Culturales, Historia y Salud. Tiene también programas, cátedras y centros especializados en relaciones internacionales, integración y comercio, estudios latinoamericanos, estudios sobre democracia, derechos humanos, migraciones, medicinas tradicionales, gestión pública, dirección de empresas, economía y finanzas, patrimonio cultural, estudios interculturales, indígenas y afroecuatorianos.

La crisis del coronavirus ha destapado la precariedad de nuestros servicios de salud. También ha visibilizado la deuda histórica que mantenemos con ciudadanos condenados a la exclusión y a la pobreza, cuya vulnerabilidad es producto de la fragilidad de los modelos desarrollistas y la economía de mercado. En ese ambiente de incertidumbres y miedos, las políticas públicas carentes de transparencia impiden construir tareas colectivas para ejercer el derecho a la vida.

Como parte de esta crisis, se desarrolla otra: la pandemia informativa, que incomunica en tiempos de coronavirus. Se trata de una forma de comunicación con estilos sensacionalistas, enfoques publicitarios, *fake news* y una sobreinformación que atosiga. Esta pandemia tiene que ser erradicada a la par que el COVID-19.

Este libro responde al desafío de acabar con estos dos tipos de contaminación, mediante estrategias y metodologías para construir una comunicación con sentidos de esperanza.



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

