

Presentación

Comunicación, sociedad y salud en contexto de pandemia

Eduardo RUEDA, Colombia

Médico y doctor en filosofía con énfasis en Ciencia y Sociedad. Presidente de la Red Latinoamericana y Caribeña de Educación en Bioética y Miembro del Consejo Internacional de Bioética de la UNESCO en París.

Diego HERRERA, Ecuador

Profesor asociado de Medicina Familiar PUCE-Quito y Coordinador de docencia en Saludesa-Ecuador

El presente número de la Revista Chasqui surge en el marco de uno de los desafíos globales más dramáticos que haya encarado la humanidad en los últimos años: la pandemia por COVID-19 y sus retos correlativos, entre ellos los procesos de comunicación pública de sus causas, efectos y modos de afrontarla. Ante las diferentes formas en que estos asuntos se han encauzado comunicativamente, hemos querido reunir contribuciones en relación con cuatro cuestiones fundamentales.

En primer lugar, ¿cómo se producen, circulan y apropián los mensajes generados en torno a la pandemia? ¿Cómo se usan, de diversas maneras, contenidos comunicacionales específicos? ¿Cómo se negocian distintos modos de agencia al interior de dichos entramados de producción, circulación, apropiación y uso de comunicaciones? Al momento de abrir la convocatoria, en marzo, un grupo de filósofos y científicos sociales publicaban, en la revista Nature, un manifiesto en torno al modo en que los formatos comunicacionales hegemónicos parecían desentenderse de las numerosas incertidumbres relativas a las causas y efectos de la pandemia. En este marco, resultaba clave convocar miradas críticas orientadas a mapear las dinámicas de producción, circulación y uso social de los cuadros hegemónicos y contra-hegemónicos que surgían en torno a la pandemia.

En segundo lugar, ¿cuál es el lugar que han ocupado y los roles que han cumplido distintos agentes sociales (instituciones de salud pública, clínicas privadas, semi privadas y aseguradoras, hospitales, organizaciones de pacientes, organizaciones diversas de la sociedad civil, movimientos sociales y, por supuesto, academias y medios)? ¿Cómo se alinean, transfiguran o desalinean con contenidos y prácticas comunicacionales específicas? ¿Cómo circulan las producciones comunicativas entre esos distintos agentes? ¿Cuáles

son los marcos narrativos que toman primacía y quiénes son responsables de agenciarlos? Nuestra hipótesis de entrada, en relación con esta cuestión, es que la pandemia somete a tales agentes sociales a formas de alianza y distanciamiento que resultan socialmente novedosas.

En tercer lugar, ¿cuáles son las mediaciones que las herramientas digitales comportan, en un momento en que su uso se hace intensivo, en la apropiación y difusión pública de imágenes sobre la pandemia? ¿qué tipo de categorías emergen, implícita o explícitamente, en los formatos digitales para explicar y superar la pandemia? Mientras, por un lado, buscábamos captar prácticas comunicativas específicas en los medios digitales, nos interesaba, por el otro, entender de qué manera se producían y reproducían, a través de imágenes alternativas, las causas, efectos y modos de abordar la pandemia.

Finalmente, un número de comunicación social en salud no podía dejar de lado el registro de las formas particulares que, en el contexto de la pandemia, van tomando la telemedicina y la telesalud. Menos interesados en la tematización de sus ventajas o desventajas, efectos contraproducentes o límites de estas formas de práctica médica o sanitaria, nos motivaba saber de qué modo la pandemia abría o cerraba espacios para la circulación de imágenes contrahegemónicas del proceso salud/enfermedad, la salud pública y la práctica médica.

Indagar sobre estas cuatro cuestiones, a saber, las dinámicas de producción, circulación, apropiación y uso de la comunicación en salud; los roles que juegan distintos agentes sociales; las mediaciones categoriales que la intensificación digital comporta; y las reconfiguraciones que experimentan las prácticas médicas digitalizadas, quiere, en últimas, contribuir a expandir el cuadro sobre las enormes implicaciones sociales y culturales de la pandemia. Busca así, esta edición, acoplarse a agendas que paralelamente desarrollan instituciones dedicadas al estudio, diseño y ejecución de proyectos comunicativos emancipatorios (comunicación para el desarrollo, comunicación para la salud, educomunicación, etc.) que, se orientan a superar la desinformación (*fakenews*), robustecer la comunicación política de la salud, y favorecer la comunicación interinstitucional para el cambio.

Las temáticas que, en esta orientación programática, se propusieron para el número fueron las siguientes:

- Producción de información y comunicación en salud en los diversos formatos (medios tradicionales – ciber espacio) en el contexto de pandemia.
- Prácticas de los comunicadores en salud, formales e informales, en un contexto de intensificación digital.
- Manejo mediático de enfermedades emergentes y desastres naturales.
- Comunicación en salud intercultural y alternativa
- Comunicación médico-paciente en la era digital.
- Telemedicina y Telesalud.

- Producción, circulación, apropiación y uso social de la comunicación en salud.
- Reconfiguraciones sociales y culturales asociadas a la pandemia y la “pos-pandemia”.
- Bioética y ética de la comunicación en salud.

Tras recibir una buena cantidad de trabajos, fueron seleccionadas diez contribuciones que se presentan en sus líneas generales a continuación.

En medio de una pandemia que ha perturbado el funcionamiento social en todo el planeta, la ciencia positivista busca entregar respuestas rápidas para brindar una solución definitiva que supere las medidas profilácticas y mitiguen los impactos sociales y económicos del aislamiento social, confundiéndose en la comunicación las recomendaciones científicas, con la política. En este escenario el artículo *Percepção da ciência e covid-19 no brasil: a repercussão das decisões da oms no twitter* analiza las reacciones suscitadas luego de los anuncios que realizara la OMS en *Twitter* con respecto al uso de las sustancias cloroquina y su derivado hidroxicloroquina para el tratamiento de Covid-19, declaraciones que produjeron enfrentamientos entre la comunidad científica con los actores políticos que buscaban una estrategia pragmática para su posicionamiento, surgiendo un nuevo debate sobre el papel de la ciencia y la funcionalidad de la investigación científica, así como su impacto social.

El artículo *Cómo es la información que recibimos sobre la COVID-19. Estudio de percepción y consumo* analiza la manera en que se presentó la información en España, a inicios de la pandemia del Covid-19. El estudio profundiza sobre el consumo de información con la intención de conocer la calidad y confianza de los contenidos publicados, tanto en medios tradicionales como en medios digitales. Recoge los resultados por grupos generacionales, X, Z y Baby boomers y realiza una crítica a la comunicación oficial que, según los autores, contraviene todas las recomendaciones para comunicación en crisis y a la cobertura periodística, donde prima el alarmismo y sensacionalismo en el tratamiento informativo.

La red sanitaria peruana y su participación en la difusión o contención de las fake news y bulos relacionados a la COVID-19, muestra la participación del personal sanitario en la difusión de noticias falsas, en redes sociales sobre COVID-19, durante los primeros tres meses de detectada la pandemia en Perú, periodo en el que, a pesar de las medidas tomadas por las autoridades para frenar la propagación del virus, no se evitó que la curva de contagios y muertes ascendiera. Este estudio pone sobre la mesa, el debate de la alfabetización mediática digital principalmente en el personal de salud, quienes pese a su formación no han sido inmunes al consumo de noticias falsas, además se da un efecto de legitimación a la información mal intencionada cuando estos funcionarios comparten dichos contenidos con su entorno social, debido al prestigio que su posición les otorga.

El artículo *Covid-19 e fake news: análise das notícias verificadas no site “fato ou fake”* estudia cómo la globalización de la comunicación, si bien facilita el acceso a todo tipo de información, la verificación de los contenidos es cada vez más necesaria, especialmente entre los profesionales de la comunicación quienes tienen la obligación de responsabilizarse de la noticia y preocuparse por la veracidad de los hechos. El análisis se centra en las publicaciones realizadas en la sección *Fato ou Fake*, del portal G1, los dos meses subsiguientes al primer diagnóstico de COVID-19 en Brasil. Esta investigación encontró 86 noticias falsas en el período analizado.

Siguiendo la línea de las *fake news* se presenta el artículo *A infodemia da “gripezinha”: uma análise sobre desinformação e coronavírus no Brasil*, investigación que se planteaba el reto de comprender el flujo de desinformación de la pandemia del covid-19 y cómo se articularon los temas que dominaron la palestra pública en Brasil. El análisis del contenido toma como base algunos interrogantes como: ¿cuándo se incorporó el tema “coronavirus” en el contexto de la desinformación en Brasil?, ¿cuáles fueron los temas destacados en el contenido no informativo sobre “coronavirus”? , ¿cuáles fueron los formatos y áreas privilegiadas por las historias sobre “coronavirus”? , ¿quiénes fueron los protagonistas de las historias del “coronavirus”?

¿Cuáles son las rutas de navegación y procedimientos por los que los usuarios acceden a información falsa o desinformación?, ¿puede llegarse a la desinformación desde la búsqueda de información?, ¿cuáles son las características de los contenidos desinformativos en YouTube? Estos interrogantes son analizados en *El algoritmo de YouTube y la desinformación sobre vacunas durante la pandemia de COVID-19*, exponiendo las conexiones entre información y desinformación, y la incidencia del algoritmo en la recomendación al usuario sobre la visualización de contenidos.

Cosmofagia e net-ativismo indígena brasileiro, durante a pandemia da Covid-19 analiza las prácticas comunicacionales de net-activistas indígenas en Brasil como una forma de resistir y afrontar los procesos cosmofágicos. En el estudio se pueden visualizar, en la red social Instagram, las relaciones que establecen entre sí los pueblos indígenas y el modo en que les ha permitido amplificar su potencial comunicativo y de articulación interétnica, especialmente durante la pandemia. Del mismo modo, muestra su uso para mantener la salud de los pueblos indígenas, estimulando aún más la articulación con grupos activistas en comunidades conectadas e interactivas que crean sistemas de macrocomunicación a partir de la formación de una red de redes.

Partiendo de la definición del concepto de Media and Information Literacy City (Ciudades MIL), los autores *Ciudades MIL, smart campus y e-salud: Prevención epidemiológica*, realizan una aproximación exploratoria sobre cómo aplicar los indicadores de análisis para ciudades MIL, estudiando las experiencias de las universidades de São Paulo, Autónoma de México, Autónoma de Barcelona y Harvard. Con este estudio se pretende demostrar la importancia

de la implementación de la e-salud como estrategia de contención de contagios en pandemias.

A pandemíia e o pandemônio: Covid-19, desigualdade e direito à comunicação, en un escenario de Estado Fallido el artículo reflexiona sobre el derecho a la comunicación, en época de la pandemia. En el pandemónium, escenario habitual de las favelas, donde prima la falta de todo, comida, empleo, educación, saneamiento, que preexistía a la pandemia, los autores, utilizando el pensamiento post-estructuralista, analizan la existencia de un orden en ese aparente caos, analizando los discursos políticos y otros mecanismos de control, donde la presencia de Covid-19 opera como desarrollador y potenciador de ese orden.

Comunicación para el cambio de comportamientos y estrategias sanitaria del gobierno peruano frente al COVID-19 analiza las campañas comunicativas del gobierno peruano utilizadas para combatir la pandemia “Yo me quedo en casa”, “Primero mi salud” y “El COVID no mata solo. No seamos cómplices”. El estudio analiza el papel de la comunicación, en la estrategia sanitaria y plantea 3 áreas de análisis: la relación entre la comunicación y la estrategia sanitaria; el análisis de los contenidos de los recursos comunicativos empleados; y el análisis de los enfoques de comunicación plasmados en los recursos comunicativos. Finalmente, se presentan recomendaciones para futuras campañas con base en el aprendizaje obtenido a inicios de esta pandemia.

Confiamos en que la lectura de estos aportes, contribuyan a reconocer cómo las nuevas mediaciones digitales se insertan en el ámbito de la salud, así como a recorrer los sentidos de la producción y circulación cultural emergente, que dan cuenta de procesos de cambio social. En el contexto de América Latina y el Caribe estos últimos constituyen un foco central de interés. En efecto, este número, y otros trabajos similares, quieren estimular una mirada crítica, comprensiva y orgánica de las aspiraciones emancipatorias que, implícita o explícitamente, se captan en los contenidos y prácticas comunicacionales que se han desplegado a lo largo de la pandemia. Sin duda, mientras la región palpita en sus anhelos de profundización democrática, salud y sustentabilidad, más urgente resulta potenciar la comunicación como práctica de libertad.

