



Seminario de Integración Final II

La pandemia de la desinformación

Agostina María Sosa

Licenciatura en periodismo

Octubre 2021

	2
Índice	2
Resumen	3
Palabras claves	4
Introducción	5
Desarrollo	9
¿Cómo trataron los medios al "coronavirus" al comienzo de la pandemia en el país?	9
Periodismo sensacionalista	14
Relación de la teoría de la aguja hipodérmica y la técnica sensacionalista	17
Conclusión	20
Bibliografía	22
Anexo	24

Resumen

Mediante el presente trabajo se analizó la cobertura mediática que tuvo el Covid-19 en Argentina en la semana del 9 al 27 de marzo del 2020. A través del trabajo de investigación se evaluó la importancia y el rol que cumplen los medios en la sociedad, tanto a la hora de informar como en el momento de influenciar.

Se observó cómo los medios masivos de comunicación son la fuente más cercana que tiene la sociedad para informarse. Teniendo en cuenta las diferentes técnicas y la responsabilidad de los mismos a la hora de informar sobre una pandemia.

Palabras claves

Coronavirus - medios de comunicación - desinformación - sensacionalismo - miedo - morbo - sociedad - Clarín - Infobae.

Introducción

Esta investigación muestra cómo trataron los medios de comunicación el tema coronavirus al comienzo de la pandemia en Argentina.

El objetivo principal de este proyecto muestra cómo dos medios de alcance masivo, Clarín en su versión digital e Infobae, informaron a la sociedad desde el 9 hasta el 27 de marzo.

El análisis que se realiza en este trabajo de investigación es mostrar desde qué lugar estos dos medios decidieron informar, a partir del lado de la información chequeada o desde la desinformación.

Se analiza cómo fue tratada la noticia de la pandemia en su comienzo en el país, tomando las teorías de la aguja hipodérmica (Harold Dwight Lasswell) y la agenda setting (Dr. Maxwell McCombs y el Dr. Donald Shaw en 1972).

Durante el 9 hasta el 27 de marzo del 2020, los medios se encontraron frente a una problemática sobre el abordaje del tema de la pandemia mundial, más conocida como "coronavirus". Hay una relación directa entre la producción de los medios de comunicación y la reacción de la sociedad (Santiago Levín, presidente de la Asociación de Psiquiatras Argentinos (APSA) y psicoanalista).

El objetivo de este proyecto es analizar el impacto que tuvo el coronavirus, desde la perspectiva de la prensa sensacionalista basado en la teoría de la aguja hipodérmica de Harold Dwight Lasswell.

Asimismo, enmarcado en un momento de temor en la sociedad, el papel de los medios de comunicación implica un rol fundamental. Según un estudio del Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford, en el Reino Unido, nueve de cada diez argentinos consumen noticias online, comparado con ocho de cada diez que acceden a la información en la televisión, y tres de cada diez consultan diarios impresos. Este análisis afirma que Argentina es el país en el que más se utilizan buscadores y plataformas como

fuentes de información sobre COVID-19: 65% de los consultados buscan información en Google, 53% acceden a noticias en Facebook, 50% en WhatsApp, 46% en YouTube, y 31% en Instagram.

Por lo tanto, debido a la importancia que se le da en el país, el proyecto de investigación plantea el siguiente interrogante: ¿Cómo trataron los medios el tema 'coronavirus' al comienzo de esta pandemia?. En este punto es donde se desarrolla cómo los medios de comunicación tomaron los datos y cómo decidieron informar. Mario Vargas Llosa (2016) afirmó que “la frontera entre el periodismo serio y el sensacionalista es cada vez menos nítida ya que el mundo occidental vive inmerso en una civilización del espectáculo” (p.215, Cinco Esquinas)

Como se mencionó anteriormente, para el análisis de esta investigación se utilizara la teoría de la aguja hipodérmica de Lasswell, que sostiene que el mensaje entregado por los medios tiene sesgos que permiten generar reacciones determinadas, esta teoría va a permitir investigar si en esta oportunidad ocurrió eso. Además, considera que las masas son un conjunto de individuos y que influir sobre ellos implica la inserción de un mensaje invisible que se convierte en el hilo conductual que guía sus acciones.

El propósito del proyecto es usar la teoría de Lasswell en relación con el periodismo sensacionalista e identificar la exacerbación de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de elementos lingüísticos, visuales (sonoros) e ideológicos, por medio de la repetición de temáticas que contienen conceptos y valores que se refieren a la violencia, la muerte y la desigualdad social (Rosa N. Pedroso, «Elementos para una teoría...» p. 146). Lo que se analiza es el impacto que tienen los medios de comunicación a la hora de influir en la opinión de los lectores, más cuando la información se da desde el lado sensacionalista que logra captar el interés a través del morbo o el miedo.

Por otra parte, el científico e historiador Bernard Cohen, sostuvo que la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero si lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar (Cohen, 1963, p. 13), con esto se refiere a que cada medio tiene a sus propios seguidores y que con las editoriales puntuales de cada uno pueden influir en el pensamiento.

De esta forma, pensar la prensa amarilla como un proceso comunicativo supone superar la perversidad con que sus dueños usan y tergiversan la información y llevan a comprender la comunicación también desde el punto de vista de sus públicos (Cohen, 1963, p. 13). En una sociedad de intercambios cada vez más dinámicos que trascienden el tiempo y el espacio, no podemos pensar la relación entre el lector y el diario amarillo como si éstos estuvieran aislados de lo que ocurre en el mundo. Es necesario analizarlos en sus contextos culturales y mediáticos.

Retomando la teoría de la aguja hipodérmica, en donde sostiene que los medios tienen el poder 'prácticamente ilimitado' de influir sobre el pensamiento de la gente, el escritor Mario Vargas Llosa (2016) afirma que el amarillismo es uno de los graves problemas que tiene la cultura de nuestro tiempo. (Conferencia Casa de las Américas, Madrid).

Con respecto a la relación que hay entre los medios de comunicación y los lectores/ oyentes, Ducrot (1986) propone una primera distinción entre el sujeto empírico y el locutor.

Como su nombre lo indica, el sujeto empírico es el autor efectivo, el ser de la realidad social que produce el enunciado, personaje que, de hecho, es difícil, e incluso a veces imposible, determinar. En efecto, es muy común que la conversación cotidiana consista en retomar lo que otro dijo, o lo que se oye en los medios de comunicación o se lee en los periódicos (Ducrot 1986). Por lo tanto, no siempre somos, en realidad, los verdaderos sujetos empíricos de los enunciados que emitimos. El locutor, en cambio, es un concepto de orden puramente lingüístico. Se trata del presunto responsable del enunciado.

Convertir a los medios de comunicación en armas del tráfico de influencias al servicio de intereses es una práctica de abuso que crece a la sombra de la libertad (Joaquín Estefanía, Director de EL PAÍS, abril 1990). El sensacionalismo estuvo siempre ligado a dos aspectos negativos que contribuyeron a su estigmatización: la falta de veracidad y una marca de exacerbación de los aspectos morbosos de las noticias (Mar de Fontcuberta, 2006).

Las variables que se tomaron para analizar en este proyecto es el coronavirus en Argentina, el periodo que se analizó (9 al 27 de marzo), el sensacionalismo en los medios, la línea editorial, la desinformación en la gente, el miedo y el morbo.

En base a lo planteado en el objetivo y a lo largo del proyecto, la investigación se llevará a cabo a través de un diseño descriptivo.

Los estudios descriptivos consisten en detallar situaciones, en poner en palabras como son o cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades de las personas, grupos, comunidad o otro factor que sea sometido al análisis (Sampieri, 1998, Pag. 60). En este trabajo, se describirá y analizará la postura de los medios periodísticos en el comienzo de la pandemia en Argentina, y si a la hora de informar repercute en los pensamientos de los lectores y el miedo que puede se puede generar a la sociedad.

Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. (Sampieri, 2014, Pag. 92). Tomando el caso de investigación de este proyecto, además se va a desarrollar el impacto social que tuvo la llegada de la pandemia en nuestro país. Hay una relación simultánea entre la producción de los medios de comunicación y la reacción de la sociedad (S. Levín, 2020, p. 2).

El proyecto cuenta con dos entrevistas que se ven reflejadas a lo largo de la escritura, comunicadores sociales, una especializada en el CONICET y el otro periodista científico. El proyecto de investigación está dividido por tres temas: ¿Cómo trataron los medios al "coronavirus" al comienzo de la pandemia en el país? La influencia del periodismo sensacionalista y la relación de la teoría de la aguja hipodérmica con la técnica sensacionalista.

DESARROLLO

¿Cómo trataron los medios al "coronavirus" al comienzo de la pandemia en el país?

El famoso virus Covid 19, más conocido como “coronavirus”, comenzó a conocerse a nivel mundial el 31 de diciembre de 2019 luego de que los primeros síntomas aparecieran tres semanas antes. Desde aquel momento pasaron dos meses hasta que el virus llegó a Argentina, luego de generar preocupación y miles de infectados en varios países de Europa, Asia y América.

Desde esta investigación se va a analizar a lo largo de todo el trabajo cómo dos medios con gran repercusión en el país, como lo son Clarín e Infobae, informaron la pandemia en su comienzo, desde el 9 al 27 de marzo.

Clarín fue fundado el 28 de agosto de 1945 por Roberto Noble, quien fue años antes ministro de Gobierno en la provincia de Buenos Aires de Manuel A. Fresco (1936-1939). El matutino tuvo como particularidad ser uno de los primeros diarios del mundo en incluir un diseño más compacto, más conocido como tabloide, en lugar del diseño ‘sábana’ que usaban los diarios de ese entonces.

El diario supo mirar con cierta desconfianza la llegada del gobierno peronista, frente al que se mostró más contemporizador luego de la intervención de La Prensa. Entre la posición crítica de La Prensa y el halago permanente de los diarios oficialistas, Clarín se fue ubicando en ese entonces como medio "independiente". La información ocultada por la prensa oficialista sólo podía tomarse de radios uruguayas y con algunas publicaciones en Clarín. El rasgo más distintivo de este periódico fue su adhesión al ideario desarrollista y a sus representantes, posición que mantuvo hasta los años 1980. En ese entonces, este diario con llegada a nivel nacional, le daba importancia a secciones como deportes y espectáculos. Hoy en día, Clarín desde hace varios años hace hincapié en lo político y continúa dándole énfasis en la sección

de espectáculos. (Un día muy especial en la historia de Clarín. 1998, 29 de noviembre. Clarín)

Por otra parte, en el año 1996 se creó Clarín Digital, su primera publicación en Internet tuvo lugar el 10 de marzo de ese mismo año. En ese momento en el país había solo 3.000 usuarios de internet. (Prensa Electrónica: El diario en internet. 1998, 23 de diciembre. Clarín, p. 2)

En el momento en que Clarín Digital entró en Internet ya existían en la red 800 diarios de 63 países, muchos de ellos ofrecían solamente una selección de los mismos materiales que se realizaban para las páginas de esos diarios. La idea de Clarín era crear un medio que no fuera apenas la traducción electrónica de artículos e historias que fueron originalmente pensadas para el diario de papel.

La idea principal era contribuir desde la experiencia argentina a la construcción de nuevos medios. Un ejemplo de esta búsqueda de contenidos propios fue la cobertura de las elecciones nacionales del 26 de octubre de 1997. Aquel día, una vez por hora y durante las 12 horas que siguieron al cierre de los comicios, Clarín Digital dio información actualizada con más de 35 gráficos, textos y 25 fragmentos de audio con declaraciones de los protagonistas. El esfuerzo fue recompensado por los 27.000 lectores que visitaron Clarín Digital ese día. (Prensa Electrónica: El diario en internet. 1998, 23 de diciembre. Clarín, p. 2)

Por otro lado, Infobae fue fundado por Daniel Hadad en el 2002, como la edición en línea del diario Buenos Aires Económico (BAE) que él mismo había adquirido ese mismo año. En abril de 2007, la edición impresa volvió a llamarse BAE y se vendió a Sergio Szpolski, propietario de varios medios de renombre. Hadad mantuvo el portal en Internet.

El 30 de septiembre de 2013, Infobae.com comenzó a transmitir su propio canal de televisión en directo por Internet, con programación vinculada a temas políticos y económicos.

El 10 de octubre del 2014, Nicolás Maduro bloqueó a Infobae en Venezuela, por divulgar fotos del cadáver del diputado Robert Serra.

El medio fue distinguido por la Fundación Konex como el más destacado emprendimiento digital de la última década en Argentina. En el 2017, hizo una alianza de contenidos con Vice y The Washington Post y con las revistas de la Editorial Atlántida, Para Ti y Gente.

Según el último ranking elaborado por Comscore, Infobae es el sitio de noticias más leído del país con 26.539.552 usuarios únicos y en segundo lugar, se posiciona Clarín.com con 25.400.578 millones de usuarios únicos. (Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Abril 2020, Argentina).

Los 'mass medias' de Argentina informaron la llegada del virus al país desde el lado del sensacionalismo, utilizando el falseo de la información, resaltando el morbo, incentivando a la violencia y banalizando la vida social (Cerbino Mauro, Ética y sensacionalismo en los medios, 2005). En muchas situaciones el “morbo” o conocido como la “noticia amarilla” logra captar más la atención de la sociedad y banalizar los datos.

En ese lugar que se ubican los medios de comunicación, muchas veces puede causar temor o desesperación en los lectores. "La mayoría de los medios de comunicación han generalizado un pánico y fomentado la paranoia en la gente", sostiene Santiago Levín, presidente de la Asociación de Psiquiatras Argentinos (APSA) y psicoanalista (entrevista “Coronavirus: cómo los medios fomentan la paranoia”, Página 12, 9/03/20)

Según las diversas métricas que analizan el rating televisivo, los medios digitales, y las redes sociales, a partir del aislamiento social, preventivo y obligatorio por la pandemia del coronavirus en Argentina, se ha incrementado el consumo de noticias y se ha instalado un único tema en la agenda de los medios que es en torno al COVID-19.

Según el informe realizado por el grupo de investigación Comunicación Política y Seguridad de la Universidad de Buenos Aires “¿Cómo nos informamos en cuarentena?” (2020), a partir de los 45 años la televisión es el canal noticioso más relevante; en la misma línea el informe “Navigating the ‘Infodemic’: How People in Six Countries Access and Rate News and Information about Coronavirus” (2020) realiza un relevamiento sobre el acceso a la información en seis países, entre ellos Argentina, y entre sus conclusiones menciona que “la televisión e Internet son la forma más popular de recibir noticias” (p. 8).

Asimismo, según un informe del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) en Ciencias Sociales, por primera vez en cuatro años “un tema por fuera de la Política y la Economía se sitúa en el tope de la agenda mediática” (2020, p. 130) y en cuanto a la evolución de los temas en la agenda de marzo “el Covid-19 acapara 9 de cada 10 noticias que se publican en los principales medios digitales del país” (2020, p. 132).

“Desde mi punto de vista periodístico, al principio de la llegada del virus al país, se informó sin el adecuado conocimiento del caso y sin la necesaria consulta a especialistas, salvo algunos médicos, pero no necesariamente inmunólogos o virólogos. Asimismo, desde el comienzo hasta ahora, casi no se apeló a periodistas científicos”, afirmó Diego Golombek, comunicación personal, Dr. en Ciencias biológicas, investigador del CONICET y miembro de la Red Argentina de Periodismo Científico.

La cantidad de horas que la población mira televisión, lee en los medios digitales o está en las redes sociales genera un efecto que muchas veces puede ser contraproducente. En ese sentido, según datos relevados por el informe “¿Cómo nos informamos durante la cuarentena?” realizado por el grupo de investigación Comunicación Política y Seguridad de la Universidad de Buenos Aires, el 69,9% de los encuestados afirman que “la información sobre la pandemia les produce incertidumbre”.(2020, p. 12) Toda situación de crisis se maneja tanto sobre lo que la crisis genera como sobre la dimensión comunicacional de la crisis, ya que es eso, entre otros factores, lo que vuelve masiva a la crisis. (RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación vol. 7, núm. 14 (2020), 27-53).

“En especial las personas mayores que son las más vulnerables al virus y las que más deben permanecer en sus casas son las que más consumen información sobre el tema, eso trae muchas veces desesperación y tristeza según cómo se informe”, aseguró la Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA) e Investigadora Adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Yamila Heram, comunicación personal.

En este trabajo de investigación se toman dos de los medios más leídos en Argentina, según el último ranking elaborado por Comscore son Infobae y Clarín en su versión digital. Ambos sitios periodísticos publicaron alrededor de 40 notas en el periodo del 9 al 27 de marzo del

2020 sobre el coronavirus. (Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Abril 2020, Argentina).

Desde las variables que se tomaron a la hora de realizar la investigación, las primeras notas de ambos medios fueron basadas en lo que decía la prensa internacional, sin la conciencia de que el virus iba a llegar de manera rápida a la Argentina. En todas las notas de las primeras semanas se hace mucho hincapié en la famosa cita del Ministro de Salud, Ginés Gonzalez García: "Esperábamos una ocurrencia del fenómeno un poco más tarde". (Coronavirus en Argentina: para Ginés González García, "inexorablemente va a terminar en circulación local", 2020, 11 de marzo. Clarín, p. 1). Basados en la desesperación ante un virus desconocido, sus primeras notas fueron sobre la cantidad de fallecidos que iba dejando el covid 19 por el mundo, los rebrotes que aparecían en algunas ciudades de China, entrevistas a médicos sin ser infectólogos o científicos, mostrando la poca capacidad que había en los hospitales del país, y muchas notas referidas a la "desesperación" de muchos argentinos varados en el mundo sin poder regresar al país.

Por otra parte, abundaron los títulos de desesperación para todos los que se encontraban esperando a un familiar para que pueda regresar a su hogar. (Jara F.. 2020, 21 de marzo. Argentinos varados en el mundo: la desesperación de no saber cuándo volverán a casa. Infobae).

En ese primer periodo, sin conocer al nuevo virus que llegaba para cambiar la vida de un país entero y la del mundo, se realizaron varias notas sobre cómo había surgido el virus, qué era lo que había ocurrido en China que fue el país que originó el covid 19. Asimismo, en un análisis publicado el 13 de marzo, los investigadores de la Universidad de Southampton sugieren que el número de casos de contagios en el país de origen podría haberse reducido en un 86% si las primeras medidas, que se tomaron el 20 de enero, se hubieran implementado dos semanas antes. La organización Reporteros Sin Fronteras (RSF) se basa en ese mismo análisis y dice que sin el control y la censura impuesta por las autoridades del régimen chino, los medios locales hubieran podido informar a la ciudadanía -la principal víctima- mucho antes sobre la gravedad de la epidemia de coronavirus, salvado, así, miles de vidas y evitado, quizá, la

actual pandemia. (Paso a paso: el informe que explica cómo el régimen chino permitió que el coronavirus se convirtiera en pandemia. 2020, 25 de marzo. Infobae).

El científico e historiador Bernard Cohen, sostuvo que la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero si lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar (Cohen, 1963, p. 13), con esto se refiere que cada medio tiene a sus propios lectores y que pueden convencerlos de que están leyendo es cierto.

Periodismo sensacionalista

“Al comienzo de la pandemia, se informó desde el morbo dejando de lado el periodismo científico. Se fue a lo ‘fácil y rápido’ antes que a la buenas fuentes”, aseguró Dorfman Jordana, periodista de la sección de Divulgación de Ciencia y Tecnología del Centro Atómico Bariloche, Editora del Diario Río Negro y miembro de la Red Argentina de Periodismo Científico.

Johannes Gutemberg creó la imprenta en 1455 y apenas medio siglo después, en los albores de la Edad Moderna, la prensa sensacionalista ya hacía furor entre los lectores. En hojas de gran formato, impresas de un solo lado, se relataban crímenes, catástrofes naturales o eventos extraordinarios. (Peiró C. 2015, 17 de octubre. Pasquines sangrientos: el origen de la prensa sensacionalista. Infobae. p.3).

Mario Vargas Llosa (2016) afirmó que “la frontera entre el periodismo serio y el sensacionalista es cada vez menos nítida ya que el mundo occidental vive inmerso en una civilización del espectáculo” (p.215, Cinco Esquinas).

El término prensa amarilla o sensacionalista surgió de una discusión a finales del siglo XIX entre el World de Albert Pulitzer y el Journal de Rodolf Hearst, por una tira cómica que se publicaba en ambos diarios llamada Yellow kid, y cuyo color pasó a representar el tipo de periodismo en extremo sensacionalista. Eran dos magnates del periodismo, uno propietario del New York World y el otro de New York Journal. Entre 1895 y 1898, había entre ambas

cabeceras una guerra periodística de tal magnitud que fueron acusados por otros diarios más serios de engrandecer algunas noticias y pagar por exclusivas para incrementar sus ventas.

El periódico New York Press fue el que definió el periodismo que hacían los medios de Pulitzer y Hearst como amarillo, aunque no explicó el término hasta 1898, en un artículo titulado: «We called them Yellow because they are yellow», con el que hacían un brillante juego de palabras con la palabra yellow, que significa tanto amarillo como cruel y cobarde.

El sensacionalismo se ha metido tanto no solo en la televisión, sino que en la radio y en la prensa gráfica y digital. (Cerbino M., *Ética y sensacionalismo en los medios*, 2005). Frecuentemente, resulta difícil trazar una línea de diferenciación entre el sensacionalismo y la prensa llamada seria. (Cerbino M. 2005, p.20).

Esta prensa cumple una doble función, sirve tanto para ser comprada y consumida por sus lectores como para ser mirada en sus titulares. La práctica de ver los titulares es muy común; es parte de los operativos psicosociales, pero también refleja la velocidad de la vida cotidiana, donde lo audiovisual tiene su imperio y toda la diagramación periodística está organizada para ser más vista que leída. (Revista de investigación psicológica, ISSN, 1560-909x, Vol. 11, N°2, 2008, pág. 153).

Como se mencionó anteriormente en el trabajo de investigación acerca de los títulos que muchas veces pueden generar un cierto “impacto” provocando temor o desesperación en las personas que se vean afectadas a dicho tema que se esté comunicando. (Revista de investigación psicológica, Vol. 11, N°2, 2008, pág. 154)

Los diarios amarillistas son fuente de entretenimiento, de satisfacción de necesidades, de protagonismo y también del morbo público. (Revista Latina de comunicación Social, Octubre 1999, N° 22, La laguna (Tenerife). Muchos expertos en psicología y filosofía sostienen que esta forma de informar provoca “adrenalina” y muchas veces logra empatizar con la noticia. (Linde, Antonio (2005). Reflexiones sobre los efectos de las imágenes de dolor y muerte).

Las notas más leídas de ambos medios fueron las que informaban la cantidad de fallecidos al comienzo de la pandemia en el país. El Ministerio de Salud envió de forma matutina y vespertina el informe de casos que iban en crecimiento día tras día. La idea de algo nuevo que

provoque sufrimiento, por su carácter universal, tiene un gran interés informativo. Todo dolor y sufrimiento concretos remiten al dolor y sufrimiento universales. Nos interesan porque sabemos que pueden afectarnos individual o familiarmente a lo largo de nuestra vida (López Mañero, 1998). Es por este motivo, que gran parte de la información que se fue dando al comienzo del virus en el país se fomentó en base a lo que el lector busca y no en base de la información de datos, porque más allá de que en ese momento el “virus” era algo nuevo, siempre hubo datos concretos y reales para informar sin miedo y con verdad. (Hera Y., Dra Cs Ss en UBA e Investigadora Adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

El periodismo sensacionalista es una actividad de identificación y exacerbación del carácter singular de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de elementos lingüísticos, visuales (sonoros) e ideológicos, por medio de la repetición de temáticas que contienen conceptos y valores que se refieren a la violencia, la muerte y la desigualdad social. (Pedroso R., «Elementos para una teoría...» p. 146) Se puede afirmar que sensacionalismo es la modalidad periodística que busca generar sensaciones –no raciocinios– con la información noticiosa, tomando en consideración que una sensación es una impresión que se produce en el ánimo de las personas al impactar sus sentidos y sistema nervioso con algún estímulo externo. Los fines de tal modalidad son económico-comerciales o económico-políticos. (Pedroso. R. p. 148).

El texto argumentativo busca persuadir, y apelar a la capacidad de razonamiento del lector, e intenta convencer (la argumentación racional) o conmover (la argumentación emocional). Esta última es típica del periodismo de corte sensacionalista, y aparece como una tendencia fuerte en secciones de información general de los diarios serios. (Martini, Stella - Periodismo, noticia y noticiabilidad, 2000, . P. 26)

Con respecto a esta pandemia y a la desinformación que trajo consigo misma, el diario The Washington Post, publicó una nota sobre las amenazas de la pandemia y el periodismo en donde explica una fuerte caída publicitaria en varios sitios de España y en algunos países como Nueva Zelanda, Suecia o Dinamarca se ha planteado ayudas públicas para mantener a

flote a medios que son propiedad de empresas privadas. (Suárez E. 2020, Abril 26. The Washington Post, p.2)

Los periodistas encargados del "fact-check" en la Agence France-Presse (AFP) han detectado una multitud de falsas informaciones. (Las falsas informaciones alimentan el pánico en torno al nuevo coronavirus. 2020, 30 de enero. Infobae).

Un informe realizado por la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), sostiene que la pandemia del Covid-19 es el acontecimiento con mayor cobertura periodística de la historia. Ningún otro hecho tuvo la cantidad de horas, imágenes y líneas de texto dedicadas a testimoniar y analizar un fenómeno que afecta a todos los habitantes del planeta. Ninguno tuvo tampoco una audiencia tan grande. El periodismo y los medios son hoy más necesarios que nunca. (Informe de la Comisión de Libertad de Prensa de ADEPA, 2020)

En dicho informe se destaca la importancia de la información fidedigna en contraposición con la desinformación: "El procesamiento informativo, la tarea que vienen desempeñando los medios periodísticos hace dos siglos, resulta hoy clave para que los ciudadanos conozcan las formas en que el virus del Covid-19 se contagia y se expande, como también las conductas que pueden evitarlo. La información chequeada, contextualizada, interpretada y jerarquizada se torna vital. Del mismo modo en que los riesgos de la desinformación pueden ser letales, tanto en el plano individual como colectivo".

La pandemia provocada por el virus COVID-19 tiene y tuvo un impacto transversal, socioeconómico y ambiental, obliga a recalcular cualquier plan de desarrollo sostenible, reevaluar prioridades y reasignar recursos. (Covid 19 - En Argentina: Impacto socioeconómico y ambiental, análisis inicial de Las Naciones Unidas, 2020, Julio)

Relación de la teoría de la aguja hipodérmica y la técnica sensacionalista

En relación con lo se mostró con varios autores es que los medios de comunicación al comienzo de la pandemia informaron con la tendencia a presentar los hechos y las noticias de modo que produzcan sensación, emoción, impresión o miedo en una sociedad.

Teniendo en cuenta las teorías sobre la aguja hipodérmica (Harold Dwight Lasswell) y la agenda setting (Dr. Maxwell McCombs y el Dr. Donald Shaw en 1972), los medios lograron ‘capturar’ a sus lectores de modo que el contenido es aceptado como información chequada y oficial.

La teoría de la aguja hipodérmica es el trabajo de Harold Dwight Lasswell, basado en el análisis de la propaganda y sus efectos sobre la formación de la opinión pública. El fundamento de la teoría de la aguja hipodérmica, se basa en que los medios lograron “inyectar” información tratada y filtrada, de modo que el contenido presentado fue dado por cierto por los oyentes o lectores.

Esto hace que las poblaciones tengan la percepción de que lo que dicen los noticieros y medios de comunicación es cierto y no tiene que ser verificado ni contrastado. Desde este punto de vista, son muchos los peligros que pueden surgir cuando las masas no ponen en entredicho la información que reciben a través de los medios y la dan por cierta de manera automática.

Los medios son formadores de opinión en la sociedad, pero ellos son formados también por la opinión pública. (Martini, Stella - Periodismo, noticia y noticiabilidad, 2000, . P. 26) Según la teoría de la aguja hipodérmica es posible moldear su conducta y hacer que desarrollen comportamientos favorables a las intenciones e intereses de los grupos de poder, tanto públicos como privados.

En relación con la teoría de Lasswell, tenemos, a la ya mencionada, ‘agenda setting’. La teoría del establecimiento de la agenda fue presentada por primera vez por el Dr. Maxwell McCombs y el Dr. Donald Shaw en 1972.

Las noticias juegan un papel integral en la configuración de las realidades políticas y sociales. La cantidad de tiempo dedicado a un tema y la información transmitida en una noticia, junto con la posición de la historia, determina cuánto aprende un lector y la importancia que se le

da al tema, es por esto que muchas veces ambas teorías son utilizadas en las elecciones presidenciales o en el armado de los discursos políticos. (Martini, Stella y Lila Luchessi. 2004. Los que hacen la noticia. Biblos, Buenos Aires)

Establecer una agenda también está influenciado por la percepción de una persona hacia ciertas creencias. (Berger, Peter L. y Thomas Luckmann. 2003. La construcción social de la realidad)

Las personas tienen la opción de creer en los medios o no, pero si el problema afecta a un gran número de personas, como en este caso la pandemia mundial más conocida como coronavirus, logra tener más cobertura y un lugar en la memoria humana. (Verón, Eliseo (1999) Efectos de agenda. Barcelona, Gedisa)

Convertir a los medios de comunicación en armas del tráfico de influencias al servicio de intereses es una práctica de abuso que crece a la sombra de la libertad (Joaquín Estefanía, Director de EL PAÍS, abril 1990). El sensacionalismo estuvo siempre ligado a dos aspectos negativos que contribuyeron a su estigmatización: la falta de veracidad y una marca de exacerbación de los aspectos morbosos de las noticias (Mar de Fontcuberta, 2006). Hay una relación simultánea entre la producción de los medios de comunicación y la reacción de la sociedad (S. Levín, 2020, p. 2).

“La primera información que tiene el público es la que brindan los medios de comunicación, es por eso que dan por cierta esa información sin ningún tipo de chequeo. Cada lector toma como referencia un medio”, explicó Diego Golombek, Dr. en Ciencias biológicas, investigador del CONICET y miembro de la Red Argentina de Periodismo Científico.

Se debe reconocer que actualmente hay nuevas formas de construir la información y nuevas formas de consumirla, y, por tanto, series de sentido diferentes. Los datos económicos, sociales y culturales se constituyen en contexto y en variable para explicar la noticia, ya que una teoría sobre la información periodística se pregunta para quién hablan los medios informativos, qué competencias y expectativas suponen en sus enunciatarios, de qué manera esperan que sus mensajes sean decodificados, qué sentidos producen los individuos a partir

de esa información y qué relación se establece entre las agendas de los medios y las agendas sociales. (Martini, Stella - Periodismo, noticia y noticiabilidad, 2000, . P. 2)

Conclusión:

Los grandes medios tuvieron un rol importante al comienzo de la pandemia ya que fueron los que dieron a conocer la existencia de un virus que poco se conocía.

Este trabajo de investigación se centró en Clarín, versión digital, y en Infobae tomando el periodo analizado del 9 al 27 de marzo del 2020, período en el que se pudo observar que tuvieron un papel muy importante en la sociedad brindando información desde el lado de la distorsión desde ciertos puntos editoriales.

Mario Vargas Llosa resaltó en una de sus conferencias en el 2016 que la frontera entre el periodismo serio y el sensacionalista es cada vez menos nítida ya que el mundo occidental vive inmerso en una civilización del espectáculo.

Este virus vino a demostrar el poder que tienen los medios sobre la sociedad, lograr convencer a cierto público que lo que se está diciendo es real. Esto sucedió en su comienzo, dado que a lo largo de los días las fuentes internacionales, que ya habían pasado por esa etapa de la pandemia, verificaban cierta información.

Durante ese tiempo, el volumen de información era inmenso: se publicó el doble de las noticias que en meses anteriores, de las cuales el 93% de ellas se relacionaban con la pandemia del coronavirus (SINCA).

Los medios de comunicación junto a los Social Media y medios de prensa digitales tuvieron un papel fundamental durante el transcurso de la crisis sanitaria debido la velocidad con que se desarrollaban las publicaciones de noticias y la necesidad y demanda de los lectores, pese a

que en varios casos no contaban con el grado de veracidad requerido por la oficialidad nacional e internacional. Por este motivo, los ciudadanos se encontraron con informaciones reales, pero también con noticias falaces que desinformaban y generaban temor en la población sobre su salud física y mental.

Asimismo, un informe realizado por la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), demuestra y sostiene que la pandemia del Covid-19 es el acontecimiento con mayor cobertura periodística de la historia.

Lo que se refleja, sobre todo en los dos medios analizados, es la desinformación con respecto al Covid-19. Se ve cómo utilizaron el morbo como primer escenario y generaron incertidumbres y miedos en la sociedad, sin datos oficiales ni certeros.

Los medios son formadores de opinión en la sociedad, pero ellos son formados también por la opinión pública. (Martini, Stella - Periodismo, noticia y noticiabilidad, 2000, . P. 26)

En este trabajo, se describió y analizó la postura de los medios, se tomó la teoría de la agenda setting y de la aguja hipodérmica para reflejar en base de la teoría lo que estaba ocurriendo en la sociedad y en los medios con la información de la pandemia.

Queda demostrado el impacto social que tuvo la llegada de la pandemia en nuestro país y la credibilidad que logran tener los medios en la gran mayoría de la sociedad. Hay una relación simultánea entre la producción de los medios de comunicación y la reacción de la sociedad (S. Levín, 2020, p. 2).

Bibliografía:

- Berger, Peter L. y Thomas Luckmann. 2003. La construcción social de la realidad
- Cohen, Bernard. C. Mass News Media. Teoría de la agenda-setting. Universidad de Princeton, 1963.
- Comscore MMX® Multi-Platform, Abril 2020, Argentina. Disponible en:
<http://ow.ly/hHaS30rjMSF>
- Covid 19 - En Argentina: Impacto socioeconómico y ambiental, análisis inicial de Las Naciones Unidas, 2020, Julio
- Ducrot, O. (1986). El decir y lo dicho. Madrid: Paidós
- "El periodismo y el lenguaje" Mario Vargas Llosa en el [#FIE2015](#)
- Estudio del Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford, en el Reino Unido.
- Informe de la Comisión de Libertad de Prensa de ADEPA, 2020.
- Joaquín Estefanía, Director de EL PAÍS, abril 1990
- Las falsas informaciones alimentan el pánico en torno al nuevo coronavirus. 2020, 30 de enero. Infobae. Disponible en: <http://ow.ly/DM0F30rjN6x>
- Mario Vargas Llosa, 2016, conferencia Casa de las Américas, Madrid
- Mar de Fontcuberta y Borrat Héctor, 2006, Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción. Buenos Aires, La Crujía ediciones.
- Martini, Stella y Lila Luchessi (2004) Los que hacen la noticia. Biblos, Buenos Aires
- Metodología de la investigación (Sampieri, 1998, Pag. 60, Primera Edición)
- Metodología de la investigación (Sampieri, 2014, Pag. 92, Segunda Edición)

- Linde, Antonio (2005). Reflexiones sobre los efectos de las imágenes de dolor y muerte. Comunicar, 8(25). Recuperado de: <http://goo.gl/pN3iPB>
- Paso a paso: el informe que explica cómo el régimen chino permitió que el coronavirus se convirtiera en pandemia. 2020, 25 de marzo. Infobae. Disponible en: <http://ow.ly/BUE930rjMTp>
- Prensa Electrónica: El diario en internet. 1998, 23 de diciembre. Clarín, p. 2. Disponible en: <http://ow.ly/2fY930rjMTT>
- Rosa N. Pedroso, «Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista» p. 146
- Santiago Levín, presidente de la Asociación de Psiquiatras Argentinos (APSA) y psicoanalista, entrevista Página 12 el 9 de marzo 2020. Disponible en: <http://ow.ly/VKCH30rjMSS>
- Teoría de la aguja hipodérmica (Harold Dwight Lasswell)
- Teoría de la agenda setting (Dr. Maxwell McCombs y el Dr. Donald Shaw en 1972)
- Un día muy especial en la historia de Clarín. 1998, 29 de noviembre. Clarín
- Verón, Eliseo (1999) Efectos de agenda. Barcelona, Gedisa

Anexo:

Entrevista a Diego Golombek*

¿Cómo se informó, desde tu punto de vista periodístico y científico, durante los primeros días de la llegada del virus al país?

Desde mi punto de vista periodístico, al principio de la llegada del virus al país, se informó sin el adecuado conocimiento del caso y sin la necesaria consulta a especialistas, salvo algunos médicos, pero no necesariamente inmunólogos o virólogos. Asimismo, desde el comienzo hasta ahora, casi no se apeló a periodistas científicos.

Es un gran error del periodismo no consultar con las fuentes adecuadas, hay mucha audiencia detrás que está escuchando o leyendo y creyendo esa información que se brinda. No hay que olvidar que como periodistas brindamos un servicio a la comunidad, que es el servicio de informar.

¿Cómo deberían haber tomado los datos que tenían al comienzo del virus en Argentina?

Muchos medios se quedaron con lo primero que escucharon, parecía que nunca iba a pasar acá hasta que llegó.

Si bien es un virus que nos tomó por sorpresa a todo, la primera información que tiene el público es la que brindan los medios de comunicación, es por eso que dan por cierta esa información sin ningún tipo de chequeo. Cada lector toma como referencia un medio, por eso es sumamente importante que el medio chequee con especialistas lo que va a informar, realmente cuando se trata sobre un tema de salud es muy complicado dar fake news.

De la forma en la que se dieron las noticias, ¿se generó miedo y desinformación en la sociedad?

Sí, claro. En principio porque somos una sociedad cómoda en donde no se mueve en buscar si la información es veraz o no. Por otra parte, las redes sociales juegan mucho con las fake news y muchos medios se prenden a esa “movida” que en tiempos de pandemia no llevan a ningún lado.

*Dr. en Ciencias biológicas, investigador del CONICET y miembro de la Red Argentina de Periodismo Científico.

Entrevista a Yamila Heram*

¿Crees que se informó mal sobre la llegada del nuevo virus? ¿Quiénes fueron los más perjudicados?

Sí, desde un principio no hubo consultas a ningún especialista. En especial las personas mayores que son las más vulnerables al virus y las que más deben permanecer en sus casas son las que más consumen información sobre el tema, eso trae muchas veces desesperación y tristeza según cómo se informe

Con respecto al “morbo”, o al sensacionalismo, o la paranoia ¿consideras que muchos medios informaron desde ese lugar para captar más atención? ¿Por qué?

Sí, incluso es por este motivo, que gran parte de la información que se fue dando al comienzo del virus en el país se fomentó en base a lo que el lector busca y no en base de la información de datos, porque más allá de que en ese momento el “virus” era algo nuevo, siempre hubo datos concretos y reales para informar sin miedo y con verdad.

¿Estás de acuerdo con la frase basada en las teorías sobre la aguja hipodérmica (Harold Dwight Lasswell) y la agenda setting (Dr. Maxwell McCombs y el Dr. Donald

Shaw en 1972), sobre que los medios logran “inyectar” información tratada y filtrada, de modo que el contenido presentado es dado por cierto por los oyentes o lectores?

Desde mi punto de vista como Doctora en Ciencias Sociales sostengo que si, incluso fue lo que pasó en esta pandemia. La gran mayoría de los medios aplicaron estas teorías para lograr que esa información que brindaban sea creíble y completamente cierta para la sociedad.

Ambas teorías pueden ser muy útiles bien utilizadas, el problema es cuando se usan solo para beneficiar al medio o un cierto sector de la sociedad.

¿Qué repercusión tuvo al comienzo este nuevo virus en la sociedad?

En un principio, que fue lo que nos pasó a todos creo yo, fue pura incertidumbre. No se sabía bien qué era lo que ocurría, debido a eso no se sabía cómo se transmitía, como nos debíamos cuidar. Lo cierto es que información confiable hubo desde un principio, pero siempre pasa que gana la más banal que no tiene sustancia real.

*Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA) e Investigadora Adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Yamila Heram, comunicación personal.

Noticias relevadas:

Clarín:

https://www.clarin.com/politica/coronavirus-gines-gonzalez-garcia-cuestion-horas-declare-pandemia-0_g_BejUD.html

https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-gobierno-publico-decreto-suspende-llegada-vuelos-paises-riesgo-0_A51gl9gc.html

https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-gobierno-axel-kicillof-avisa-intendentes-competencia-cerrar-circulacion-transito-0_evlnl_ZKH.html

- https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-gran-temor-alberto-conurbano-bonaerense_0_8NajW34N2.html
- https://www.clarin.com/politica/coronavirus-banco-mundial-prestara-argentina-300-millones-dolares-hacer-frente-crisis_0_S85_Fk4qE.html
- https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-ministerio-salud-pidio-aumentar-casos-pensemos-peor-_0_jQASeV6b7.html
- https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-preocupa-tontos-entiendan-dijo-alberto-fernandez_0_gaie7XfBw.html
- https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-argentinos-quedan-varados-exterior-_0_XU61VizBF.html
- https://www.clarin.com/deportes/coronavirus-argentina-gobierno-suspendio-mes-competiciones-deportivas-participacion-internacional_0_U0nGZ1_Y.html
- https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-ciudad-prohibio-recitales-espectaculos-deportivos-publico_0_KbsvZ-Yj.html
- https://www.clarin.com/politica/gobierno-cierra-todas-fronteras-medianoche-coronavirus_0_7DZ19qq1c.html
- https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-empiezan-suspender-cirugias-programadas-liberar-camas-criticas-hospitales_0_8oTQCcrH1.html
- https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-multas-100-mil-pesos-15-anos-prison-rompan-cuarentena_0_rAv7Maok.html
- https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-gobierno-advierte-infectan-jovenes_0_JbZO-Ntlt.html
- https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-murio-mujer-ciudad-buenos-aires-7-victimas-fatales_0_eU7A59kJr.html
- https://www.clarin.com/politica/coronavirus-argentina-alberto-fernandez-encabeza-reunion-definir-suspenden-clases-medidas-toman_0_fknnQf-s.html

Infobae:

- <https://www.infobae.com/coronavirus/2020/03/21/argentinos-varados-en-el-mundo-la-desesperacion-de-no-saber-cuando-volveran-a-casa/>
- <https://www.infobae.com/coronavirus/2020/03/27/quedate-en-tu-barrio-la-consigna-del-gobierno-para-los-sectores-mas-vulnerables-del-conurbano-bonaerense/>
- <https://www.infobae.com/politica/2020/03/12/coronavirus-el-gobierno-decreto-la-emergencia-sanitaria-en-toda-la-argentina-por-el-plazo-de-un-ano/>
- <https://www.infobae.com/america/mundo/2020/03/11/que-significa-la-declaracion-del-coronavirus-como-una-pandemia/>
- <https://www.infobae.com/politica/2020/03/15/alberto-fernandez-anuncio-la-suspension-de-las-clases-por-15-dias-para-minimizar-la-circulacion-del-coronavirus/>
- <https://www.infobae.com/coronavirus/2020/03/16/coronavirus-minuto-a-minuto-del-avance-de-la-pandemia/>
- <https://www.infobae.com/coronavirus/2020/03/20/el-drama-de-los-argentinos-varados-en-el-mundo-por-el-coronavirus-lo-unico-que-queremos-es-volver-a-casa/>
- <https://www.infobae.com/politica/2020/03/25/el-gobierno-freno-el-regreso-de-los-argentinos-varados-en-el-exterior-los-vamos-a-socorrer-cuando-el-riesgo-sea-menor/>
- <https://www.infobae.com/teleshow/infoshow/2020/03/20/entre-lagrimas-pampita-decidio-dejar-su-programa-por-miedo-al-coronavirus-no-me-puedo-arriesgar-mas/>
- <https://www.infobae.com/sociedad/2020/03/23/los-tres-puntos-criticos-de-la-pandemia-de-coronavirus-en-la-argentina-reactivos-respiradores-y-el-recurso-humano/>
- <https://www.infobae.com/america/agencias/2020/03/28/argentina-cierra-todas-sus-fronteras-por-covid-19/>
- <https://www.infobae.com/america/mundo/2020/03/11/23-preguntas-y-respuestas-fundamentales-sobre-el-coronavirus-covid-19-que-nadie-deberia-dejar-de-leer/>
- <https://www.infobae.com/politica/2020/03/22/gerardo-morales-no-creo-que-a-los-quince-dias-se-levante-la-cuarentena/>

- <https://www.infobae.com/america/mundo/2020/03/14/coronavirus-gripe-resfriado-o-alergia-un-grafico-ayuda-a-conocer-las-diferencias/>
- <https://www.infobae.com/economia/2020/03/20/el-fmi-dijo-que-la-argentina-debe-reducir-su-deuda-en-usd-85000-mil-millones/>
- <https://www.infobae.com/politica/2020/03/26/la-cuarentena-obligatoria-seguira-durante-abril-como-lo-decidio-alberto-fernandez-ante-el-avance-del-coronavirus/>
- <https://www.infobae.com/america/agencias/2020/03/21/argentina-con-teletrabajo-y-en-silencio-por-cuarentena-por-coronavirus/>
- <https://www.infobae.com/sociedad/2020/03/11/confirmaron-dos-nuevos-casos-de-coronavirus-en-la-argentina-y-el-total-de-contagiados-asciende-a-21/>