

# EDITORIAL

La irrupción de la pandemia del COVID-19 ha puesto a prueba tanto a las agendas como a los agentes informativos de todo el mundo. Ningún medio de comunicación ha podido mantenerse ajeno al desarrollo de los acontecimientos que, inicialmente, estuvieron enfocados en el Sudeste Asiático, para luego trasladarse al continente europeo y a todas las Américas.

Géneros informativos e interpretativos, dentro del periodismo científico y de divulgación, tuvieron que asumir con responsabilidad las exigencias de las diversas audiencias, las cuales requerían urgentemente de datos precisos referidos a las formas de contagio y síntomas del coronavirus. A su vez, los formatos de opinión tuvieron que nutrirse de las apreciaciones de médicos y virólogos especialistas, con la finalidad de no incurrir en la desinformación, que suele desencadenar pánico y caos en el público.

Sin embargo, pese a los esfuerzos desplegados en diferentes medios y plataformas virtuales, los bulos malintencionados (fake news) han continuado circulando a través de las diferentes redes sociales: la exageración sensacionalista, el tremendismo dramático y el pobre (o nulo) contraste de fuentes han poblado entornos de socialización online cerrados (WhatsApp) como abiertos (Facebook). Imágenes, audios y reportes falsos viralizados (adulterando logos de portales informativos e incluso añadiendo declaraciones espurias de reconocidos académicos y científicos) buscaron sembrar confusión, aumentar la ambigüedad y la confusión en torno a esta problemática global.

Ha recaído precisamente en la propia ciudadanía emprender una labor amplia de selección, realizando una ecología informativa, evitándose así el consumo desmesurado de noticias sin filtro, una “infodemia” desencadenada tras la emergencia sanitaria. Junto con la acción mancomunada de los medios de comunicación tradicionales, referentes periodísticos en sus cuentas en redes sociales y otros líderes ciudadanos, se ha logrado contrarrestar, en cierta medida, la tendencia desinformativa hacia una más orientada al bien común, que ofrezca integridad, esperanza y, sobre todo, noticias útiles, que ayuden a la convivencia y la tolerancia en periodos de aislamiento social y restricciones de movilidad.

**Dr. César Mejía Chiang**

Director del Instituto de Investigación de la Escuela de CC. CC.  
Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP