

Covid-19 y medios de comunicación: voces para un análisis crítico

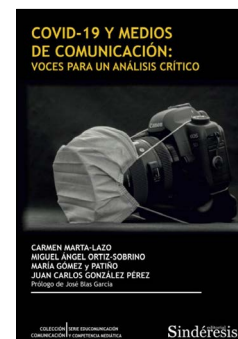
Carmen Marta-Lazo, Miguel Ángel Ortiz-Sobrino, María Gómez y Patiño,
Juan Carlos González Pérez

Editorial Sindéresis

Madrid, 2020

362 pp.

ISBN: 978-84-18206-38-2



Sin todavía haber superado por completo la pandemia de la COVID-19, todos y cada uno de nosotros como individuos, y la sociedad en su conjunto, intentamos ya discernir con qué aprendizajes saldremos de esta coyuntura. Sucede en todos los ámbitos de la vida: el sanitario, el social, el económico, el político..., y, por supuesto, también en los roles y funciones de los medios de comunicación.

Es, precisamente, en la labor de los medios donde pone el foco el volumen *Covid-19 y medios: voces para un análisis crítico*. La obra está codirigida por las profesoras e investigadoras de la Universidad de Zaragoza Carmen Marta-Lazo y María Gómez y Patiño y por los profesores e investigadores de la Universidad Complutense de Madrid Miguel Ángel Ortiz-Sobrino y Juan Carlos González Pérez. Todos ellos comparten labor investigadora en el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID).

Covid-19 y medios: voces para un análisis crítico es un libro oportuno y necesario. Oportuno porque se ha realizado en un contexto que reclamaba lo que el propio título enuncia, un análisis crítico de los medios desde los propios medios. Necesario porque los autores satisfacen esa necesidad anteriormente apuntada de encontrar respuestas a las múltiples incógnitas que han surgido en los últimos meses.

Marta-Lazo, Ortiz-Sobrino, Gómez y Patiño y González Pérez no solo se preguntan por esas incógnitas, sino que, además, preguntan a quienes han vivido desde los medios y otras áreas afines esta pandemia, en la que la labor comunicativa ha sido tan importante a la hora de informar, de entretener e, incluso, de formar a la ciudadanía.

El volumen se estructura en once capítulos: En tiempos de *pancrisis* por coronavirus; El confinamiento: la ciudadanía ante la pantalla; *Fake news*, redes sociales y COVID-19: el terreno abonado para la desinformación; Contenidos educativos en televisión para tiempos de COVID-19: luces y sombras en una experiencia improvisada; La ciudadanía sintonizada; La mirada de los científicos: la salud pública; COVID-19 y cultura: hacia un nuevo modelo; Factor relacional y COVID-19: nuevos modelos para la comunicación; Una mirada a la COVID-19 desde la opinión pública; Ética, valores y deontología en tiempo de COVID-19: valores y contravalores; y Facultades de Comunicación: del *offline* al *online*.

Después del primer capítulo, con carácter introductorio y afán contextualizador de qué sucedió desde el mes de marzo de 2020 en España, la obra sigue un patrón repetido con sistematicidad que facilita la lectura; la estructura

de cada capítulo se divide en una primera parte que ubica al lector en el tema en cuestión para, a continuación, dar paso a las entrevistas realizadas y, por último, recoger las principales ideas de dichas entrevistas resumidas en unas conclusiones.

El carácter multidisciplinar, coral, que se observa en los temas que se abordan en cada capítulo tiene también continuidad en las personalidades a las que se entrevista, procedentes de la radio, la televisión, la prensa escrita o los medios periodísticos digitales, pero también de la cultura, la opinión pública, las redes sociales o los ámbitos científicos sanitarios.

Cometo en las siguientes líneas una profunda injusticia por no destacar todos, extremo inviable en una reseña de estas características subrayando algunos de los nombres propios que han sido entrevistados. En las páginas de *Covid-19 y medios: voces para un análisis crítico* encontramos las visiones del director de Marketing de *Atresmedia*, Santiago Gómez Amigo; de periodistas como Ana Pastor o Javier del Pino; de profesores e investigadores como Ramón Salaverría, José Luis Dader, Homero Gil de Zúñiga o José Ignacio Aguaded; de científicos de la talla de Juan José Badiola o Alfonso García Sastre; o de gestores culturales como Inma Ballesteros.

Los entrevistados no siempre aportan análisis idénticos de la realidad de la pandemia, pero sus visiones sí resultan complementarias para que, al fin, la obra pueda exponer conclusiones, por ejemplo en relación a la proliferación sin precedentes de noticias falsas relacionadas con la crisis sanitaria: “Ante el auge de los medios sociales en Internet y el uso de dispositivos tecnológicos, la innovación y la información deben ir de la mano en los valores tradicionales del periodismo y la comunicación: rigurosidad, imparcialidad y calidad informativa”.

Por otra parte, en el afán de mejora de la calidad de los medios, especialmente de los medios públicos, algunos de los expertos consultados plantean que durante el confinamiento y los meses posteriores “la apuesta educativa no ha sido la que realmente le corresponde y no se ha recuperado en los términos que la función educocomunicativa exige en todas las dimensiones y a lo largo de la toda la parrilla de programación”.

Coinciden los entrevistados en subrayar la primacía de la televisión sobre el resto de plataformas y, en cambio, aplauden el rol desempeñado por la radio, extremo que también han abordado recientes investigaciones también relacionadas con la pandemia que destacan la credibilidad del medio radiofónico por encima de otros (Rodero, 2020; de Sola, 2020).

Más allá de lo mediático, el volumen es un recordatorio del papel crucial que tienen en la sociedad presente y futura tanto la ciencia o la cultura. En tiempos de incertidumbres -sabemos que nuestras vidas cambian, pero no sabemos con seguridad ni en qué medida ni exactamente hacia dónde-, no se puede poner en cuestión el papel trascendental de la industria cultural ni, por supuesto, el potencial investigador que nace, en gran medida, desde las universidades.

Covid-19 y medios: voces para un análisis crítico es, en definitiva, una panorámica multidisciplinar, completa, sobre los efectos de la pandemia de la COVID-19 en la sociedad de hoy y en las sociedades del mañana. Su principal aportación es que nace de la reflexión y contribuye a ampliar el conocimiento, y es que es precisamente a partir de un mayor conocimiento como puede multiplicarse la reflexión de quienes lean la obra.

Javier de Sola Pueyo
Universidad de Zaragoza