

PERIODISTAS, ni a favor, ni en contra de la cuarentena

HERNÁN RESTREPO

El periodista reflexiona, desde Colombia, sobre el aparente falso dilema que se ha presentado en toda la región entre el derecho al trabajo y el derecho a la salud durante la pandemia por COVID-19. Nos ofrece varios testimonios en donde se evidencia este dilema. La pregunta que se formula el periodista: ¿Entonces a favor de qué postura debemos estar?

“Quédate en casa”, comenzamos a escuchar una y otra vez a través de los medios de comunicación cuando la pandemia del coronavirus alcanzó a Latinoamérica. El mensaje se repite a diario a través de la publicidad oficial, que domina los espacios de anuncios, alternada con los comerciales de los laboratorios farmacéuticos.

Los presentadores de noticieros lo repiten con facilidad desde la comodidad de sus apartamentos ubicados en las zonas más acomodadas de sus ciudades. Los *influencers* de las redes sociales también se han unido al movimiento, invitándonos a quedarnos en casa con *boomerangs* y *tik-toks* en los que se suelen ver de fondo las piscinas donde pasan las horas de esta larga cuarentena.

Mientras esto sucede, al otro lado del televisor, hay millones de personas para quienes quedarse en casa no es una opción. Si se quedan en casa, se

mueren de hambre. Quedarse en casa para ellos es exponerse todavía más al contagio, pues viven hacinados con otras personas en pequeños hogares donde la idea de aislamiento social suena como un mal chiste.

Para aquellos que no pueden darse el lujo de quedarse en casa, escuchar que medios de comunicación y periodistas repiten una y otra vez con tanta facilidad “Quédate en casa”, comienza a ser tan molesto como una gotera constante sobre sus cabezas. Basta con mirar los resultados que arroja en Twitter el buscar tuits con los términos “Periodistas + Quédate en casa”, para ver cuán incómoda puede resultar nuestra férrea defensa de la cuarentena a oídos de quienes necesitan desesperadamente salir a rebuscarse la vida. Ante esta situación, ¿cómo esperamos que este amplio sector de la ciudadanía más necesitada no vea que los periodistas hemos tomado partido hacia un bando contrario al de ellos?

AGENDA PÚBLICA

Al mismo tiempo, ante la falta de contenido informativo, las secciones deportivas y de entretenimiento de los noticieros se dedican a mostrar cómo los famosos pasan la cuarentena haciendo gala de sus habilidades futbolísticas con rollos de papel higiénico, flexiones de pecho y toda clase de *challenges* virales que inundan las redes sociales.

(...) el debate está ahí por más que lo calificamos como una falsa disyuntiva, y es necesario que desde el periodismo lo abordemos para hacerles ver a las audiencias que existen maneras de evitar el contagio masivo sin deteriorar tanto las finanzas de los hogares.

¿Pero qué tanto espacio están dedicando los medios de comunicación tradicionales a mostrar la miseria de quienes salen a buscar algún mendrugo de pan en las desoladas calles por las que solamente circulan mensajeros en moto y bicicleta? Para encontrar este tipo de ejercicios periodísticos es necesario recurrir a los pequeños medios digitales independientes. Es de destacar, por ejemplo, el reportaje videográfico de *Pacifista*, que salió a las calles de Bogotá para mostrar cómo hay centenares de ciudadanos clamando por ayuda, porque tienen hambre de verdad, hambre que duele y que debilita los huesos.

¿UN DEBATE FALAZ?

Es cierto que varios analistas han calificado como falaz la idea de que tengamos que elegir entre prolongar la cuarentena o reabrir la economía, no se trata de maneras diametralmente opuestas para enfrentar la pandemia. Sin embargo, el debate está ahí por más que lo calificamos como una falsa disyuntiva, y es necesario que desde el periodismo lo abordemos para hacerles ver a las audiencias que existen maneras de evitar el contagio masivo sin deteriorar tanto las finanzas de los hogares.

A lo largo de esta cuarentena, he tenido la oportunidad de conversar sobre esta aparente dicotomía con varios colegas. La pregunta que suelo hacerles es ¿cómo ha de reaccionar el periodismo cuando una sociedad se polariza

entre quienes están a favor y en contra de la cuarentena?

Una de las respuestas más interesantes la obtuve de labios del periodista mexicano Luis Miguel González, director del diario *El Economista*, quien brindó un seminario web sobre Economía, COVID-19 y Periodismo por invitación de la Fundación Gabo.

Para González, es necesario que los periodistas contemos bien las dos historias. Por un lado, no dividir estos dos puntos de vista en las categorías de bueno y malo, pero recordar siempre que la salud debe tener prioridad.

Entiendo perfectamente la lógica de quienes defienden la cuarentena porque tienen claro que la salud es lo primero. Del otro lado, es necesario recordar que nuestra región no estaba especialmente preparada para el teletrabajo, en México solamente el 22 % de los trabajadores lo estaban, [...] el trabajo del periodismo es contar bien las dos historias, dando espacio suficiente en las salas de redacción para hablar sobre las dos posturas con la mayor calidad posible.

Milagros Salazar es una periodista peruana, fundadora del medio digital independiente *Convoca*. Su caso es especial porque perdió a su padre debido al coronavirus, y a la mala calidad del sistema de salud del Perú. Conversé con ella en el marco del I Foro Virtual e Hispanoamericano de Periodismo Científico, en una mesa dedicada a analizar los derechos humanos de los pacientes y el rol del periodismo para hacer una cobertura digna y ética.

Al preguntarle a Milagros sobre dónde queda el derecho al trabajo cuando el Gobierno nos ordena quedarnos en casa por cuatro meses, encerrándonos en una cuarentena incluso más larga que la de Wuhan, su respuesta me hizo pensar.

Es tiempo de afinar nuestra forma de escuchar como periodistas, para ayudar a que nuestras audiencias entiendan por lo que el otro está pasando. Hablemos con las familias de las personas contagiadas, averiguemos por qué tuvieron que salir a la calle a pesar del riesgo que representa.

Milagros además condena a los periodistas de televisión de su país que se han dedicado a cazar

a las personas que ven en la calle para preguntarles con cámara en mano por qué estaban violando la cuarentena.

Salazar destacó que en el Perú, la mayoría de personas contagiadas por coronavirus son los trabajadores de mercados mayoristas, para quienes el teletrabajo no es una alternativa, sumado a que no suelen tener acceso privilegiado al sistema de salud, lo cual los hace doblemente vulnerables.

¿Entonces, a favor de qué postura debemos estar? Recordando las respuestas del maestro Javier Darío Restrepo, el único bando por el que un periodista debe tomar partido es el de la verdad. ¿Pero cuál verdad?, me preguntarán. ¿La de la OMS? ¿La verdad de Bill Gates? ¿La verdad de los gobernantes, de los empresarios, o de los centenares de teorías de la conspiración que circulan por estos días de pandemia?

En un mundo ideal, esa verdad que nos guíe en los días aciagos del COVID-19 debería provenir de los científicos, que con sus estudios y rigor encuentren las respuestas que necesitamos. Pero el caprichoso comportamiento de este virus ha hecho que esa verdad científica se contradiga en ocasiones, generando suspicacias en la ciudadanía.

Ejemplo de esto ha sido el uso del tapabocas. Inicialmente se nos dijo que no era necesario usarlo, que incluso era más probable contraer el virus si usábamos tapabocas de manera inadecuada. Ahora, es raro ver a alguien en la calle sin usar tapabocas, luego de las últimas recomendaciones científicas. Posteriormente, la OMS dio un bandazo similar al referirse a qué tan frecuentes eran los casos de pacientes asintomáticos. Primero nos dijeron que se presentaban rara vez y que no transmitían el virus, cosa que fue necesario desmentir.

Así las cosas, los periodistas estamos en el deber de investigar, entender y comunicar a nuestras audiencias la mejor versión posible de la verdad. Conversando sobre la dicotomía trabajo vs. salud con Valeria Román, de la Red Argentina de Periodismo Científico, en el mismo foro arriba mencionado, ella me compartió argumentos válidos a favor de la cuarentena, sin olvidar a los más necesitados que no pueden darse el lujo de quedarse en casa.

En un artículo que ella publicó en Infobae, respondió a una de las preguntas más difíciles que han surgido durante esta pandemia: ¿qué cuesta más? ¿Las pérdidas económicas que deja la cuarentena, o el colapso del sistema de salud por culpa del coronavirus? Citando un estudio de investigadores de la Universidad de Wyoming, Román encontró que es menos costoso para la economía de un país como Estados Unidos el establecer medidas de aislamiento social para aplanar la curva de contagios, a pesar de las pérdidas económicas que pueda dejar.

Linda Thunstrom, investigadora económica y autora principal del estudio publicado en *Journal of Benefit Cost Analysis*, resalta:

Nuestro análisis de costo-beneficio demuestra que las medidas de distanciamiento social, incluyendo las cuarentenas masivas que están siendo adoptadas no son una exageración de las autoridades. Si bien los aislamientos reducen las actividades económicas, salvan vidas. En base a nuestros supuestos, los beneficios económicos de las vidas salvadas superan sustancialmente el valor de las pérdidas proyectadas para la economía de los Estados Unidos.

Los periodistas, ¿a favor o en contra de la cuarentena? Ni a favor, ni en contra. A favor, solamente de la verdad. De la mejor versión posible de la verdad. No romanticemos la cuarentena, tratando de inyectarle un falso optimismo a la difícil situación que vivimos. Mostremos lo difícil que es atravesar esta pandemia, pero con un enfoque de soluciones. Esto es, resaltando las historias de aquellos que han encontrado formas de sobrevivir a ella, de superarla, de no dejarse vencer por la incertidumbre. De eso se trata el periodismo que siembra esperanza en tiempos de dificultad.

HERNÁN RESTREPO

Comunicador social de la Pontificia Universidad Javeriana con especialización en Comunicación Multimedia de la Universidad Sergio Arboleda. Desde 2011 se desempeña como gestor de contenidos de la Red Ética Segura, un proyecto digital de la FNPI que busca promover el periodismo ético en la región. También es social media manager de Univisión.

* Tomado de la *Red Ética* de la Fundación Nuevo Periodismo (Fundación Gabo).