



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

LA INFODEMIA. CASO MÉXICO 2020-2021

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN DERECHO DE LA INFORMACIÓN

PRESENTA:

LCTC. VÍCTOR ALEJANDRO AMBRIZ GUILLÉN

DIRECTOR:

DR. ARTURO MORALES CAMPOS

MORELIA MICHOACÁN, AGOSTO 2022

ÍNDICE

DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTOS	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VI
INTRODUCCIÓN.....	VII

CAPÍTULO I. DERECHO DE LA INFORMACIÓN E INFODEMIA

1.1. Antecedentes del Derecho de la Información	9
1.1.1. Facultades del derecho a la información	19
1.1.2. El derecho a la información como derecho fundamental	21
1.2 La Infodemia ¿Producto de una pandemia?	25
1.2.1. Infodemia	28
1.2.2 De la desinformación a la infoxicación: infodemia	32
1.3 Manifestación de la infodemia en México.....	37

CAPÍTULO II. LA COMUNICACIÓN SOCIAL FRENTE A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

2.1 La comunicación social del Gobierno de México	43
2.1.1 El proyecto de comunicación social del Presidente Andres Manuel López Obrador	49
2.1.2 La estrategia de información empleada ante la emergencia nacional	58
2.2. La Comunicación por Internet	63
2.2.1 Las redes sociales	69
2.2.2 Mensajes informativos en redes sociales	75
2.3 Efectos de la infodemia en México	78

CAPÍTULO III. LA RESPONSABILIDAD DE LA CRISIS DE INFORMACIÓN

3.1. La responsabilidad de la información en México durante la pandemia.	83
3.1.1 La Secretaría de Salud	87

3.1.2 Las disonancias discursivas del Gobierno de México.....	100
3.2 El derecho del ciudadano a la información veraz en pandemia.....	107
3.3. El combate a la Infodemia	111
CONCLUSIONES	114
FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	117
ANEXOS	125

DEDICATORIA

A mi madre †

A todas y todos los que me han acompañado en el camino de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Siempre he reconocido la frase: “Es de bien nacidos ser agradecidos”; por eso no quiero dejar pasar la oportunidad para expresar mi gratitud a todas las personas que hicieron esto posible, ya que, sin su colaboración, ayuda y apoyo, simplemente esta meta no hubiera tenido alcance.

Quiero agradecer a mi familia a las que estuvieron, y a las que no también, puesto que la negatividad ayuda a forjar el carácter y emprender nuevos caminos.

A mis amigas que desde la idea de retomar los estudios y elegir esta maestría me motivaron día a día hasta la culminación de ella: Melgoza, Kenny, Danys, Maris, Paty, Lety, Margot, Jocelin; gracias por ser, estar y seguir, las quiero mucho.

Luz infinitas gracias por tu ayuda para comprender los conceptos del Derecho, puedo presumir que la Maestría me deja una gran amiga con un corazón de oro.

Eulises te sumaste en este trayecto y fuiste paciente, muchas gracias por ello y por esa frase de: “ya te falta poquito” créeme que, aunque era chocante si motivaba; mucho corazón para ti cheñol.

Mi profundo agradecimiento a mi director de tesis el Dr. Arturo Morales Campos, por su paciencia y entrega en el trayecto de la tesis, su amplio conocimiento aclaró mis dudas y abrió el panorama de la presente entrega.

A todos los profesores que compartieron sus conocimientos durante casi tres años de Maestría y que, a pesar de las dificultades técnicas para entablar una comunicación por la pandemia, nunca claudicaron. Maestra Ana, mi especial reconocimiento a su labor, Dr. Juan Carlos gracias por sus atenciones siempre.

Y finalmente, Muchas Gracias al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), que sin su apoyo este trabajo no hubiera tenido lectura.

RESUMEN

La saturación de información en redes sociales, sobre la pandemia COVID-19, ha reflejado el deterioro de estrategias de comunicación por parte del Gobierno mexicano, generando con esto la falta de cumplimiento de los estándares de una comunicación veraz y oportuna, esto, al difundir disonancias discursivas de información que llevan a los sectores de vulnerabilidad educativa a confrontaciones y actos de violencia, producto de la desinformación digital y la infodemia.

Palabras clave: Infodemia, desinformación, derecho de la información, redes sociales, responsabilidad informativa, veracidad, libertad de expresión.

ABSTRACT

The saturation of information on social networks, about the COVID-19 pandemic, has reflected the deterioration of communication strategies by the Mexican Government, generating with this the lack of compliance with the standards of truthful and timely communication, this, by disseminating discursive information dissonances that lead vulnerable educational sectors to confrontations and acts of violence, a product of digital misinformation and the infodemic.

Keywords: Infodemic, disinformation, right to information, social networks, informative responsibility, truthfulness, freedom of expression.

INTRODUCCIÓN

El año 2019 en México cerró con absoluta normalidad y al mismo tiempo monotonía de la sociedad iniciaba un nuevo año 2020; las noticias y hechos del día del país se difunden por los distintos medios de comunicación, mismos que han migrado a las redes sociales y el internet para intentar seguir marcando la pauta y sobrevivir dentro de la nueva sociedad de la información.

En dichos medios, a principios del nuevo año 2020 ya se generaba el diálogo en el territorio azteca sobre una epidemia causada por el nuevo coronavirus, y que estaba obligando a distintos países a iniciar la cuarentena más larga de la historia y paralizar todo tipo de actividades con el propósito de contener la emergencia.

El virus, al que popularmente se le denominó COVID-19, no tardó en arribar a México, país que le dio la bienvenida sin ningún tipo de restricción, filtro, o reserva alguna por parte del Gobierno Federal, así, el virus fue expandiéndose rápidamente por todo el territorio, generando pánico, miedo, terror y psicosis en sus habitantes.

Sin embargo, al mismo tiempo que el coronavirus iniciaba su contagio en México, la Organización Mundial de la Salud, alertaba que en medio de la Pandemia COVID-19, se expandía un virus más peligroso que el propio SARS-CoV-2, refiriendo con ello a la sobreabundancia de información falsa acerca de la enfermedad, misma que corría a una velocidad extrema sobre las redes sociales, a esta referencia la conceptualizan como: Infodemia, y no es que el tema de la desinformación y las fake news no existiera en los canales digitales, lo asombroso era el daño que estaban ocasionando en ojo ya de una situación de emergencia.

En el presente trabajo de investigación se realiza un análisis sobre cómo se manifestó la infodemia, su expansión, y promoción en el Estado Mexicano, al mismo tiempo que se genera su relación con el Derecho de la Información, se afirman también las consecuencias que se suscitaron a raíz de su contaminación por el internet y las distintas redes sociales.

Al mismo tiempo, se califica la estrategia de comunicación social que empleó el Ejecutivo Federal para alertar, y tomar las precauciones necesarias en busca de

la prevención de la enfermedad, y sí las distintas conferencias de información que se transmiten desde Palacio Nacional sobre la agenda política y la enfermedad de la pandemia, potencializaron a través del discurso las noticias falsas sobre el coronavirus.

En el trabajo de investigación se esboza la responsabilidad de la crisis de información en torno a la pandemia, desde la que se tiene por mandato de ley; misma que debe ser garantía del Gobierno, la que por ética profesional tienen los periodistas y profesionales de la comunicación, y el derecho a la veracidad de la información que tiene toda persona, pero también se establece la responsabilidad del ciudadano que en la manifestación de su libertad de expresión debe ser crítico y dudar de las fuentes de información que se alimenta

CAPÍTULO I. DERECHO DE LA INFORMACIÓN E INFODEMIA

1.1. Antecedentes del Derecho de la Información

A lo largo y ancho de la historia sobre el debate de la aparición del ser humano en la tierra son varias las teorías que discuten su existencia: religiosas, biológicas y científicas. Se podría concebir que la existencia del hombre es el auténtico resultado de una sopa primitiva, de gérmenes y microorganismos provenientes de otro planeta, o bien que se deriva de la unión de minerales ya existentes en nuestro entorno y aunque lo descrito puede ser visto por muchos como una teoría ficcional, también existen las opiniones científicas que sustentan sobre el hallazgo de la vida proveniente del agua líquida y sus minerales. Sea cual sea la teoría más convincente Manuel Ángel Cortés dice: “que el hombre no es un ser diferente u opuesto a la naturaleza, sino parte de ella, y que se convierte en su propia conciencia o sea en la parte más evolucionada” (2005, p. 16), es decir, el ser humano ha ido evolucionando constantemente desde su aparición terrenal.

Quizá la teoría científica que ha sido más aceptada es la de que el hombre viene de la familia del chimpancé y del gorila por ser la estructura animal que más se asemeja a la del hombre. Según Cortés:

El hombre aparece en los comienzos del periodo cuaternario, cuyos orígenes sitúa la ciencia entre quinientos mil y un millón de años. Se cuenta que en las diversas regiones de Europa, Asia y África que se distinguían por su clima templado y húmedo, habitó una raza monos antropoides altamente desarrollada, contemporánea del *homo heidelbergensis*, del *pithecanthropus* y del *Sinanthropus*. (2005, p. 16)

En congruencia con lo referido anteriormente y siguiendo la pauta de la historia del semejante primitivo se podría decir que “la historia del hombre moderno se sitúa a partir del *homo sapiens*” (Cortés, p. 16), siendo por tener este las características físicas de mayor similitud a la del hombre actual, pero que la mayor

cualidad que sobresalta a diferencia de las otras especies de *homo* es la capacidad mental y su desarrollo de pensamientos abstractos tal y como lo relata su historia.

...la historia como ciencia que estudia los hechos pasados y cuyo conocimiento es de carácter científico, nos señala que en los antepasados el hombre vive en manadas, que la persecución de un animal tiene que ser en común, pues el hombre solitario no está, al menos en aquellos momentos, capacitado para tal objetivo. Los hombres producen y emplean juntos sus instrumentos de trabajo, por consiguiente, la aparición del hombre significa la aparición de la sociedad humana, es decir, el paso del estado zoológico al estado social.

El trabajo en común va produciendo la posibilidad de acumular conocimientos; el hombre empieza a copiar la naturaleza, a imitar y el trabajo colectivo de los hombres conduce a la aparición y desarrollo del lenguaje articulado. (2005, pp. 17-18)

Es así, tal y como lo concibe el autor Manuel Ángel, el hombre una vez organizado con su entorno natural y cuenta con habilidad mental, es que da paso a establecer sus mecanismos que le permitan desarrollar un lenguaje para comunicarse y expresar sus ideas y pensamientos.

Remedio Sánchez Ferriz expresa sobre el lenguaje como base de la sociedad humana:

Así, el lenguaje en sus más diversas formas y el perfeccionamiento de las mismas ha acompañado las manifestaciones históricas de civilización de las que justamente conocemos hoy su existencia a través de la herencia comunicada a través de la escritura, el dibujo, etc. (Corredoira y Alfonso & Bell Mallen, 2003, p. 34)

Al esbozar esta idea sobre el reconocimiento de un lenguaje y modo de expresión del hombre, para comunicarse con su semejante se puede afirmar sobre

las primeras formas de comunicación; y aunque hoy en día esta libertad de expresión se encuentra debidamente reconocida en el plano internacional como un derecho humano. Entonces pues, se puede concebir a la aparición del lenguaje como los primeros sonidos guturales del hombre para comunicarse, pasar del estado solitario y comenzar a agruparse.

Siendo la información el vehículo de la comunicación, se pueden concebir las expresiones vertidas como indicios de una ordenación del Derecho de la Información de nuestros antepasados, tal como lo delibera Ferriz:

Reflexionar sobre el Derecho de la Información como ordenación comporta la convicción de que la transmisión de ideas, pensamientos, opiniones y conocimientos o hechos no solo es muy anterior a la aparición de las nuevas ciencias sociales y, por supuesto, del Derecho cuya formalización heredamos del mundo romano, sino que ha estado presente en toda sociedad, y lo seguirá estando en todo grupo social, aun en el supuesto indeseable de que nos hallemos en una caótica comunidad absolutamente desconocedora de la cultura de los derechos y libertades del ser humano.

No en vano el Derecho de la Información que hoy conocemos y estudiamos no es sino la última y más racionalizada formalización del que es el más primitivo y natural de los factores sociales: el uso del lenguaje en su más amplia significación de gestos, sonidos... e incluso comportamiento; la transmisión de información es el motor (*y conditio sine qua non*) de toda sociedad animal porque toda vida social requiere comunicación no solo para mantener al grupo social, sino para que éste y la propia especie sobreviva acumulando y transmitiendo a sus congéneres y crías, de una parte, signos de alarma frente a los peligros y, de otra, conocimientos de adaptación al medio sin los cuales toda especie acabaría desapareciendo. (Corredoira y Alfonso & Bell Mallen, (Eds.), 2003, p. 32)

Cómo ya se expresó, la libertad de pensamiento y expresión tiene sus antecedentes desde los intentos de comunicarse nuestros antepasados a través de

los sonidos guturales, sin embargo, con el pasar del tiempo y el surgimiento de las herramientas tecnológicas en el ámbito de la comunicación humana que van facilitando esta necesidad esencial de toda persona humana es que emerge el Derecho de la Información. Al respecto Daniel Soto Gama expresa:

...el Derecho de la Información nace precisamente de la llamada *sociedad de la información*, que surge de los significativos avances tecnológicos en medios de comunicación, dados en las últimas décadas. La transformación de la también llamada *sociedad del conocimiento*, obedece al fenómeno de la rápida y masiva transmisión de datos, que se puede llevar a cabo por diversos medios. Quedando inmersa en un mundo de posibilidades para allegarse de información de diversos temas y lugares. La necesidad que experimenta esta sociedad, de obtener información actual y de diversa índole es lo que la distingue y la denomina como tal. Condición que trae consigo la necesidad de regular la actividad informativa y todos los fenómenos que de esta se genere... (2010, p. 30)

Lo anterior, ya se había extraído del pensamiento de Luis Escobar de la Serna, quien en la misma línea afirmaba lo siguiente:

...el Derecho de la Información aparece y se desarrolla fundamentalmente coincidiendo con lo que se denomina la <<sociedad de la información>>, <<sociedad del conocimiento>> o <<sociedad mediática>>, caracterizada entre otras cosas, por el surgimiento de una serie de medios técnicos de transmisión y de información, originados por la expansión de las nuevas tecnologías y por los cambios operados en la sociedad misma, que provocan numerosos efectos sobre el comportamiento individual y colectivo y sobre la formación de hábitos culturales y que, lógicamente, darán lugar a una adecuada y progresiva regulación jurídica. (2004, p. 33)

Podemos entonces contribuir al pensamiento de los autores ya mencionados en torno a la denominada *sociedad de la información*, esta misma es un punto de partida para el surgir del Derecho de la Información, derivado de la necesidad de encauzar toda la información que surge en estos canales de comunicación que son vinculados a través del uso del internet, por ende esta transmisión de datos van a dirigirse a toda persona que se navega en los nuevos medios de información y se enfrenta el mismo ciudadano a un sistema de obtener y compartir información en cualquier escenario y en el momento que se requiera, misma que tendrá impacto no solo en la sociedad de la información, sino en el ciudadano en general; aquí estamos observando dos facultades del derecho de la información que más adelante desarrollaremos con mayor precisión, pero en este momento corresponde a lo que Luis Escobar detalla sobre la definición de la sociedad de la información y que para el catedrático tiene en cuenta dos aspectos fundamentales:

a) por una parte, es una fase del desarrollo de la sociedad, que al estar en continua evolución pasa a un nivel posterior. El entorno influye en la sociedad de la información y ésta a su vez en la sociedad en general; b) por otra, se hace especial hincapié en que se trata de obtener y compartir información (lo que introduce los conceptos de infraestructuras y contenidos) e implícitamente utilizarla, que a su vez nos lleva al concepto de usuarios. En definitiva, una sociedad del conocimiento en la que las personas utilizan máquinas y contenidos que están a su servicio. (2004, p. 37)

De lo anterior, se puede extraer el nacimiento del Derecho de la Información, sin embargo, y antes de hacer mención de algunos conceptos para obtener una mayor comprensión sobre esta ciencia tal y con la concibe el pionero de esta rama del Derecho, refiriéndose al catedrático español José María Desantes quien escribe en su libro de *Fundamentos del Derecho de la Información* lo siguiente:

El derecho de la Información, que globalmente comprende en su estudio todo el fenómeno informativo, tiene, con un propósito analítico exhaustivo, que

adoptar una estructura diagonal en doble relación con los medios de información y con los elementos del proceso informativo. La historia de esta moderna manifestación del Derecho, hoy constituida en Disciplina, confirma la conveniencia de utilizar tal estructura. (1977, p. 41)

Después de un análisis y al esbozo profundo acerca de la terminología en la que se desarrolla el Derecho de la Información Desantes Guanter, establece una definición sintetizadora, pero también abierta a su evolución e incorporación de nuevos elementos; así concluye:

Derecho de la Información es la Ciencia jurídica universal y general que, acotando los fenómenos informativos, les confiere una específica perspectiva jurídica capaz de ordenar la actividad informativa, las situaciones y relaciones jurídico-informativas y sus diversos elementos, al servicio del derecho a la información. (1977, p. 244)

Del pensamiento expuesto por Desantes Guanter, se pueden extraer las primeras expresiones del Derecho a la Información en definición la predomina más como una ciencia, que como un ordenamiento. Pero es precisamente que con el pasar del tiempo y la evolución de este Derecho, otros autores, le dan mayor relevancia y enfoque a las normas jurídicas que regulan al fenómeno comunicativo, o bien, todo lo que a información refiere.

El autor Luis Escobar de la Serna en su libro *Derecho de la información* manifiesta una expresión más contemporánea que a la letra dice:

El derecho a la información así entendido constituye el objeto del derecho de la información. En efecto, el derecho a la información contempla un modo especial de manifestación del hombre, que es la comunicación, forma natural de relación, individual o social, que el Derecho acota para elevarla a la categoría de relaciones jurídicas. La finalidad del Derecho de la Información no puede ser otra que la de hacer posible el derecho a la información,

consistiendo su especialidad en que tiene que ser un Derecho <<para>> la información. De modo que el Derecho de la Información como conjunto de normas viene especificado por su teleología con todas sus consecuencias, una de las cuales es, precisamente, la de vertebrar el carácter integrador de la información. (2004, p. 84)

Considerando como objeto primordial del Derecho de la información como derecho regulador y protector de las libertades de expresión y de información que están constitucionalmente plasmadas en diversos Estados, afina:

...me lleva a definirlo como aquella rama del Derecho que comprende el conjunto de normas jurídicas reguladoras de la actividad informativa y de tutela efectiva del derecho a las libertades de expresión y de información en la forma en que se reconocen y quedan constitucionalmente establecidas. (Serna, 2004, p. 85)

El derecho de la información es una rama del Derecho, misma ciencia que refiere el conjunto de principios y normas jurídicas que regulan las relaciones humanas en sociedad, y que para su mejor estudio y comprensión se ha dividido en diferentes ramas o disciplinas. La división quizás más antigua del Derecho, es la que se remonta al derecho romano y que distingue entre lo público y lo privado, quien también reafirma esta división es la Suprema Corte de Justicia de la Nación en nuestro país, y quienes sostienen que la clasificación más amplia y general de los derechos de los individuos es aquella en que los distingue entre derechos públicos y derechos privados, ambos tienen su origen y régimen diferente; mientras que los primeros se generan por actos del Estado, los derechos privados nacen de actos particulares y están regulados por el derecho privado. (Villanueva, 2006)

En opinión del Dr. Ernesto Villanueva es a partir de esta división clásica que se derivan del Derecho diversas disciplinas como resultado de la complejidad de la sociedad contemporánea, del desarrollo tecnológico y científico del avance en la hermenéutica y metodología de las ciencias. (2006, p. 9)

En la ciencia jurídica el derecho de la información es una de las áreas relativamente recientes, que “nace ante la necesidad de reglamentar y organizar el ejercicio de un derecho natural del hombre, reconocido con estas características en las leyes fundamentales de los diversos países modelados en el ámbito jurídico-político al modo de los Estados de derecho”. Se trata , en todo caso, de una rama en formación de la ciencia del derecho en busca de su autonomía respecto de las ramas clásicas de la ciencia jurídica, que podría definirse como la rama del derecho público que tiene por objeto el estudio de las normas jurídicas que regulan, *lato sensu*, las relaciones entre Estado, medios y sociedad, así como, *stricto sensu*, los alcances y los límites del ejercicio de las libertades de expresión y de información y el derecho a la información a través de cualquier medio. (2006, p. 10)

Un punto de vista importante de mencionar en esta tesis es el del Dr. Héctor Pérez Pintor, académico destacado en materia de Derecho y quien define al Derecho de la Información como: “el conjunto de normas jurídicas que regulan ésta como fenómeno social comunicativo, con el fin de lograr su sentido de justicia, el cual consiste, tanto en el derecho subjetivo como en el derecho humano a la información”. (2012, p. 25)

Es decir, Pintor construye esta arquitectura del derecho de la información desde tres aristas:

...desde su sentido objetivo, desde su sentido subjetivo, y desde su fundamento teleológico. El objetivo es el enfoque normativo por el cual la realidad social de la información es configurada y tutelada por el derecho; el subjetivo supone la primacía de la información sobre el derecho, y el teleológico toma en cuenta los dos anteriores, y agrega un tercer elemento: la finalidad y la justicia del derecho de la información, que viene a ser el derecho humano a la información. (2012, p. 25)

Así, Pintor reafirma lo que otros autores ya mencionan sobre la visión configurada de este derecho, y se interpreta desde el sentido objetivo como se estructura normativa y jurídicamente hablando este derecho para su ejercicio y aprovechamiento; en cuanto a lo subjetivo establece la superioridad que se tiene sobre el acceso a la información sobre el mismo derecho, y por último refiere al derecho humano que se tiene como individuo en sociedad y su beneficio de todas las herramientas que el derecho de la información le otorga.

En la rama del Derecho de la Información, se constituyen sujetos que son el motor de la actividad de la información y que en una inicial clasificación fueron reconocidos como: el sujeto universal, el sujeto cualificado y el sujeto organizado de la información.

Desantes habla del sujeto universal, del sujeto cualificado y del sujeto organizado de la información. El sujeto universal somos todos los seres humanos en general, ya sea como emisores o receptores, como agentes activos o pasivos del fenómeno comunicativo o como entes sujetos a un derecho humano a la información. El sujeto cualificado es el profesional de la información, quien estudió una carrera universitaria relativa a las ciencias de la información y obtuvo un título para el ejercicio de su profesión, e ingresa a la vida práctica como reportero, cronista, comunicólogo, doctrinario, empresario, etcétera. El sujeto organizado lo constituye la empresa informativa, un ente con normatividad propia, el cual, al proyectarse al exterior, lleva a cabo, como persona jurídica, el ejercicio del derecho a la información. (2012, pp. 27-28)

Del párrafo citado se destaca los tres actores que formalizan el ejercicio del Derecho de la Información, primeramente, se expone al sujeto universal, interpretándose como todo ciudadano que forma parte de la sociedad, todo aquel individuo que es inherente a la actividad comunicativa y al derecho de la búsqueda, recepción y difusión de información; facultades que son fuente del derecho de la información y a continuación se exponen las mismas. Como actor secundario se

refiere al sujeto cualificado, el cual es el profesional de la comunicación, aquel que está profesionalizado en la investigación y es un observador de la realidad de hechos y, por último, el sujeto organizado, refiriéndose a las empresas de medios que están constituidas con el fin de informar, llámense prensa, radio, cine, televisión, etc.

Sin embargo, la clasificación de los sujetos a la que refiere Desantes, hoy día en la nueva sociedad de la información ha quedado anticuada, ya que la referida por él era funcional y encajaba dentro de la comunicación impresa, pero a partir de la *Convención Americana de los Derechos Humanos de 1969* (Pacto de San José) se reconoce de manera amplia la libertad de pensamiento y expresión, quedando así estipulado en su artículo 13:

Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección. (CADH, 1969)

Tal y como se estipula en el artículo en mención se abre la posibilidad de la libertad de pensamiento, no sólo de forma impresa, sino a través de cualquier medio de elección, tomándose así en cuenta hoy día las nuevas tecnologías de información y telecomunicación.

Aunque la presente tesis hará mención de los sujetos descritos, se enfocará primordialmente en el sujeto cualificado del Derecho de la Información, mismo que también ha evolucionado a raíz de la concepción del autor José María Desantes, ya que como se estableció acerca de él como el profesional con título universitario, en nuestra actualidad no es requerir dicha cédula, pues en México se le llega a considerar periodista a la persona que ejerce el papel de informar en todo medio de comunicación, incluso de forma independiente. Además, de que se alberga en el reconocimiento de “toda persona” la titularidad del Derecho de la Información.

1.1.1. Facultades del derecho a la información

Existen tres facultades del Derecho a la Información que se pueden expresar como fuentes partícipes de esta rama y actividad primaria de los sujetos: la facultad de investigar, la facultad de recibir y la facultad de difundir.

A continuación; se cita al Dr. Héctor Pérez Pintor con su expresión de estos mandos:

Esta facultad de investigar consiste en la posibilidad de allegarse información por cualquier medio o mecanismo, e incluye el acceso a archivos, registros y documentos, tanto del poder público como del sector privado (derecho de acceso a la información). La facultad de recibir implica el derecho a ser informado de manera objetiva, oportuna, completa y veraz, sin discriminación de ninguna índole, y la obligación de los órganos del Estado y de la empresa informativa de carácter privado es: informar observando la objetividad, la veracidad, la eticidad y la imparcialidad, principios cuyo respeto corresponde ejercer, primordialmente, al sujeto organizado de la información.

Resulta importante señalar que, de un correcto ejercicio de la facultad de recibir, tanto por parte del receptor como del emisor de una opinión, se conforma una opinión pública auténtica, capaz de generar mecanismos de presión que motiven a las diversas manifestaciones de poder (político, económico y social) a actuar con un sentido de justicia y de mutuo control de poder que genere beneficios para todas las personas, bajo el principio de no discriminación.

La facultad de difundir significa la posibilidad de expresar ideas, ya sea manifestándolas de manera oral, escrita o por cualquier otro mecanismo; consiste en la clásica libertad de expresión. (2012, pp. 31-33)

Por su parte Escobar de la Serna expresa en primera sobre la facultad de recibir y pone al ciudadano como en ente del derecho para recoger y seleccionar todas las informaciones y opiniones que desee, pues en el momento en que estas

desaparecen por cualquier causa, se vulnera su derecho de <<recibir>>. (Serna, 2004, p. 80)

En consecuencia, también agrega: “La libertad de recepción comprende, por tanto, el derecho a recibir libremente toda la gama de informaciones y de opiniones que puedan darse.” (2004, p. 80)

Estas libertades que ejerce el individuo sobre el derecho a ser informado son facultades que están enraizadas en el Derecho a la Información y cuyo ejercicio dependen de un derecho fundamental del hombre como es la libertad de expresión.

Respecto a la expresión y su libertad de la misma; el Dr. Ernesto Villanueva hace una ilustración en la que primero significa el término “expresión” y posteriormente lo conjuga con la libertad que tiene el individuo de comunicar, quedando así:

LA EXPRESIÓN es la forma a través de la cual la persona exterioriza sus pensamientos en signos, palabras o gestos que tengan como propósito comunicar algo. El contenido de la libertad de expresión “puede consistir en reflexiones o comentarios sobre ideas generales, o referirse a comentarios sobre noticias relacionadas con acontecimientos concretos”, “...la libertad de expresión tiene por objeto pensamientos, ideas y opiniones, concepto amplio dentro del que deben incluirse también las creencias y los juicios de valor”. La libertad de expresión es uno de los derechos fundamentales del hombre porque representa la prolongación de la garantía individual de pensar, ejercicio sin el cual no es posible aventurar la posibilidad del desarrollo del hombre en sociedad. (2006, p. 23)

Es importante hacer mención que echando una visión retrospectiva la libre expresión era un concepto tradicional que se ligaba a la actividad de emitir informaciones y opiniones por parte de los profesionales de la comunicación, pero que hoy en día y derivado de los avances tecnológicos en materia de comunicaciones alcanza a cualquier ciudadano que desee hacerlo. Además, también donde el Estado (en el caso mexicano) tiene una participación pasiva al no

permitirle ningún acto de censura. Pero al hablar de derecho a la información el Estado activa su participación al proporcionar la información que el ciudadano le requiera, sea este profesional de la comunicación o no; quedando así la libertad de expresión dentro del concepto de derecho a la información, como una de las formas de ejercer este derecho fundamental. (2010, p. 55)

1.1.2. El derecho a la información como derecho fundamental

Siendo la información todo aquel conjunto de datos y noticias que permiten el desarrollo del hombre en sociedad, se le representa, así como un derecho fundamental que le viene a producir beneficios económicos y sociales. Pero ¿Por qué se reconoce el derecho a la información como un derecho fundamental en México? Demos respuesta a tal interrogante.

El concepto de derecho fundamental ha sido objeto de varias definiciones y los estudiosos de la materia aún no logran ponerse de acuerdo en un concepto generalizado, pero podríamos redactarlo de la siguiente manera: los derechos fundamentales son los que tiene toda persona por el solo hecho de serlo, que son inalienables, imprescriptibles e inherentes a su dignidad humana y relativos a la libertad, la igualdad, la seguridad o cualquier otro aspecto fundamental que afecte su desarrollo integral.

Todos estamos obligados a respetar los derechos fundamentales del otro y quien tiene la responsabilidad de salvaguardarlos y hacerlos respetar es el Estado, porque es su obligación asegurarse de que las personas a su cuidado tengan una vida llena de oportunidades para poder desarrollar sus habilidades y facultades esenciales e inalienables. (2009, p. 3)

En la constitución mexicana, los derechos fundamentales que se le reconocen a toda persona están plasmados en los primeros veintinueve artículos, a los que también se les denominaba como “garantías individuales”, y que tal como se menciona en la cita anterior son derechos que por el simple hecho de haber

nacido se le reconocen para su goce, además se establece que el Estado debe garantizar la protección de los mismos; quedando ratificado así en el 1° artículo:

En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece. (2020, p. 1)

Sin embargo, el artículo de interés para esta tesis, y del cual se desprende este subtema es el relativo a la libertad de expresión; ocupando el sexto sitio de los derechos humanos y sus garantías y que a la letra dice:

Artículo 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado. (2020, p. 12)

En dicho artículo se viene a reconocer en México la libertad de expresión, pero su antecedente viene del artículo 11° de la *Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano de 1789*, en donde primariamente se les reconocía ciertos derechos y libertades a las personas. Posterior a ello, en 1948 viene una segunda evolución importante de este derecho fundamental a través de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* cuya concepción quedó así escrita en el artículo 19°:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir

informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de fronteras, por cualquier medio de expresión. (1948)

Con esta declaración, vinieron diferentes tratados internacionales de derechos humanos que recogieron esta expresión como un derecho humano esencial quedando descrita en los mismos; México ha firmado su ratificación en varios de estos instrumentos como el *Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos*, o como la *Convención Americana sobre Derechos Humanos* ya mencionada en párrafos anteriores, quedando así garantizado este derecho en el territorio mexicano.

Aunque la consagración de la libertad de expresión fue reconocida en su artículo 6° constitucional como un derecho a plenitud para toda persona, fue hasta en la llamada “reforma política” que sufrió un primer cambio esta mención al añadir la expresión “el derecho a la información será garantizado por el Estado” en 1977, y que después de diversos debates y polémicas por un posible control del Estado sobre los medios de comunicación tradicionales, no fue más que una apertura y un gran paso para lo que hoy se conoce como el acceso a la información en poder de las autoridades.

En la actualidad se cuenta en la constitución con un derecho fundamental a la libre expresión con múltiples transformaciones, pero que no ha perdido la esencia de su lucha y conquista, sino por el contrario se ha transformado y adaptado a las nuevas exigencias de la sociedad que van surgiendo en torno a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como fueron los párrafos adicionados en el año 2013, que ampliaron su esencia a las nuevas exigencias, quedando estos como le leen a continuación:

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

Párrafo adicionado DOF 11-06-2013

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

Párrafo adicionado DOF 11-06-2013 (1917)

Como se puede apreciar en el primer párrafo del artículo 6° no solo queda estipulada la libertad de expresión sin ningún tipo de censura, ni de persecución por la manifestación de ideas y opiniones, además de la garantía del Estado para el ejercicio de este derecho, quedando de manifiesto igualmente con la adición del segundo y tercer párrafo el derecho de acceso a la información, y las facultades propias del derecho de la información tendidas para el ciudadano, además se abren los medios de expresión, es decir, ya no solo contempla los medios tradicionales (prensa, radio y televisión), sino que también se llega a interpretar la libre expresión a través de internet y cuyo espacio ocupa la hoy llamada sociedad de la información.

Como se aprecia en las expresiones anteriores se contemplan el término información desde una estructura jurídica, sin embargo y para efectos de la construcción de los diversos términos y conceptos que se desarrollarán es necesario evocar la definición básica sobre información que el diccionario de la lengua española conceptualiza así:

Información: (Del lat. *Informatio*, -onis) f. Acción y efecto de informar o informarse. /Oficina donde se informa sobre algo. /Averiguación jurídica y legal de un hecho o delito. /Pruebas que se hacen de la calidad y circunstancias necesarias en una persona para un empleo u honor. /Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada. /Conocimientos comunicados o adquiridos mediante una información. (ESPAÑOLA, 2021)

Por otro lado, con una construcción más elaborada y con visión en el ámbito comunicativo Daniel Soto esboza la siguiente definición:

...la información es el conjunto de datos o conocimientos, a los que habiéndoseles dado forma y estructura determinada traen consigo un mensaje. Informar es la acción de dar a conocer precisamente ese conjunto de datos estructurados. Para J. Antonio Paoli, quien estudia a la información a partir del proceso de comunicación, ésta representa un conjunto de mecanismos necesarios que hacen posible al individuo retomar los datos que se encuentran en el medio en el que se desenvuelve para una vez estructurándolos de una manera determinada le sirvan de guía de acción. (2010, p. 25)

En la conceptualización anterior se puede entender una definición un tanto más concreta y visionaria, pues es a través de la recopilación de datos y conocimientos que el hombre construye sus ideas y emite mensajes, creando un modelo de comunicación que en consecuencia se producirá en determinados casos efectos sociales en su entorno. Por tanto, adoptaremos esta última expresión para la continuidad de la materia.

1.2 La Infodemia ¿Producto de una pandemia?

Hablar sobre la locución infodemia, es hablar sobre epidemias, pandemias; aunque aparentemente se pudiera apreciar esta como un neologismo por no formar parte del vocabulario popular; no lo es, y es que como se verá en renglones siguientes no es un término realmente nuevo, sino que ha tomado nuevamente relevancia a raíz de la pandemia mundial derivada del virus del SARS-CoV-2.

Actualmente se vive una de las situaciones más difíciles a nivel mundial en cuanto al tema de salud refiere; pues a pesar de que los padecimientos son parte de la historia de la humanidad, según Guiomar Huguet (2020) las enfermedades

contagiosas fueron tomando protagonismo a medida en que el ser humano comenzó a organizarse en sociedad y a crear núcleos de personas que conviven juntos en un mismo espacio territorial.

La civilización humana del siglo XXI se está enfrentando por primera vez a una pandemia global que afecta a todos los órdenes de la vida. En enero del año 2020 una serie de casos de una neumonía desconocida empezaba a reportarse en la ciudad China de Wuhan, el contagio descontrolado en la urbe de 11 millones de personas puso en alerta a las autoridades de casi todo el mundo y generó la cuarenta más grande en la historia de la humanidad, causante de la enfermedad COVID-19.

Si bien los coronavirus llevan conviviendo con nosotros miles de años, en los últimos tiempos comenzaron a ser conocidos a raíz de las epidemias que provocaron el SARS-CoV y el MERS-CoV. El primero se originó a finales del 2002 también en China y tuvo una significativa extensión durante el 2003. El segundo surgió en Jordania o Arabia Saudita en la primavera de 2012, aunque no demostró ser un problema mayor hasta 2013, cuando se propagó considerablemente, aunque sin salir de esa zona geográfica (San Martín, 2020). Sin embargo, lo acaecido con el SARS-CoV-2, que ha provocado una pandemia global, no tiene antecedentes similares, habiendo causado cientos de miles de muertes alrededor del planeta y quebrantado la economía mundial. (Reyes Tejedor , Cobos Sanchiz, & López-Meneses, 2020)

Como se comentó la pandemia que actualmente se enfrenta mundialmente no ha sido la primera; a lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha enfrentado diversas manifestaciones de virus que lo ha llevado hacer frente a grandes Pandemias como: la peste negra o peste bubónica (1347-1351), la nueva peste negra (1885-1920) o la gripe española (1918-1920) entre muchas otras, que han quedado en los anales. El elemento a destacar entre las pandemias en mención es la información que gira en torno a ellas, ya que como se puede apreciar en fechas, los medios de comunicación que imperaban en el pasado eran pocos; por

tanto, pandemias como la gripe española surgió en un sigilo de información a través de la censura en la prensa que no hablaba de la enfermedad.

Sin embargo, la situación actual se encuentra en un escenario completamente diferente, hoy día las nuevas tecnologías de la información y comunicación nos sitúan en la era digital; momento en que los medios de comunicación como la prensa, la radio, y la televisión se unificaron para converger en el mundo del internet. Hace apenas un par de décadas con el nacer del internet éste se utilizaba para enviar los primeros correos electrónicos acortando los tiempos de respuesta que daba el correo postal, posteriormente fueron filtrándose los primeros blogs, o espacios de interacción entre comunidades, hasta llegar a lo que hoy se conocen como las redes sociales, espacios que llevaron a ocupar los medios de comunicación tradicionales que se encuentran al alcance a través de los dispositivos móviles por cualquier ciudadano, permitiendo un fácil acceso a toda una multitud de mensajes en distintas formas y estructuras, que sin duda, tienen un alto impacto social. Al respecto José Gómez Galán fija su postura sobre las redes sociales como medios de comunicación como se lee a continuación:

Sin duda alguna, causan un efecto en la sociedad, y tienen tanto o más impacto en la opinión pública que muchos de los medios de comunicación tradicionales, los más veteranos. En la actualidad, por ejemplo, una campaña orquestada desde Facebook o Twitter por determinados grupos de poder puede ejercer tanta influencia como un periódico, incluso los de mayor tirada. Y es evidente que al igual que los medios de comunicación son usados para alcanzar determinados objetivos, y rinden a distintos intereses, por diferentes estamentos políticos, económicos y sociales, etc., lo mismo hace hoy cualquier red social, también en sus manos. Aunque, claro está, ofrezcan a los ciudadanos una ilusoria sensación de libertad, de que nadie las controla, de que la información en ella presente fluye libremente y sin ataduras. En modo alguno, hoy son ya poderosos medios de comunicación. (2020, p. 99)

De lo descrito por Gómez Galán se establece que la información que fluye en los canales digitales, que al igual que como sucede a través de los medios de comunicación tradicionales se sirve para diversos intereses, propósitos y antagonismos como se verá más adelante. La información que transita a través de redes digitales, versus a la gran crisis de salud ocasionada por el virus del SARS-CoV-2, y el nulo conocimiento sobre la enfermedad en su inicio hace que la referencia se potencialice y provoque una saturación de excesivos mensajes que impactan en diversas motivaciones sociales; ante ello Gómez menciona “los ciudadanos se muestran desconcertados, desorientados, son incapaces de gestionar esta afluencia de mensajes, de abarcar tanta y tan distinta información” (2020, p. 99), dando gala así a la infodemia.

El investigador enfatiza:

Sin embargo, esto no sucede solo por la crítica situación provocada por esta enfermedad que ha llevado a potenciar este hecho, sino que se trata de una característica de la sociedad digital del siglo XXI. Nos encontramos ante una problemática de primer nivel, la saturación de la información debe ser analizada científicamente, pues se trata de uno de los principales problemas que afectan a nuestra sociedad (Giraldo y Maya, 2016; Lee, Lindsey y Kim, 2017; Liang y Fu, 2017). (2020, pp. 99-100)

1.2.1. Infodemia

Es un hecho, que todo lenguaje en cuanto a comunicación refiere va transformándose con el paso del tiempo, siendo así que las nuevas palabras que se van generando en la sociedad tengan ya un arraigo, o bien un significado que se encuentra perdido, este puede ser el caso de la palabra “*infodemia*”.

Para fines de establecer un significado de la palabra para este trabajo de investigación, se recurre al ejercicio de las etimologías grecolatinas, expresando la idea de que el término “*infodemia*” es una palabra compuesta por dos palabras claves: “*info*” que es una apócope de información, misma que viene del latín

informatio y que como ya se expresó en páginas anteriores se comprende como el conjunto de datos o conocimientos que una vez estructurados y con forma emiten un mensaje. Ahora bien, la palabra “*demia*” proviene del sufijo *demos*; tecnicismo y cultismo español derivado del griego cuyo significado es: pueblo o gente.

De lo anterior, se podría comprender la construcción del concepto infodemia como: la información que emite la gente, o bien, los datos y conocimientos que transitan entre un pueblo. Con esta conceptualización estamos ante una doctrina que si bien puede estar técnicamente estructurada y brindar una ideología sobre el término que nos ocupa, no se acepta del todo como la más adecuada.

A respuesta de la Academia Mexicana de la Lengua sobre la consulta realizada del registro y significado de la palabra *infodemia*, pronuncian lo siguiente:

En el español actual se usa la palabra infodemia. No parece estar claro si se formó a partir de las voces información y epidemia, referida a la ‘epidemia nociva de rumores que se generan durante los brotes’, o si es el resultado de la adaptación del anglicismo infodemic. Con el primer sentido, la Organización Mundial de la Salud (OMS) lleva empleando el término desde hace algunos años.

Según explica la propia organización, este vocablo se refiere a una sobreabundancia de información, alguna rigurosa y otra no, que hace difícil encontrar recursos fidedignos y una guía de confianza cuando se necesitan. Se trata de una voz muy difundida en los medios de comunicación.¹

Desde la perspectiva de la Academia Mexicana de la Lengua, se muestra la idea confusa de que el concepto se encuentra identificado de la construcción de los vocablos información y epidemia. La primera coincide con la propuesta hecha desde la etimología grecolatina, en tanto, la voz *epidemia* procede del griego y se compone del prefijo “*Epi*” que significa: “sobre”, y “*demia*” que se deriva de la raíz *demos*, que como ya se determinó representa: pueblo, gente, población.

¹ Respuesta de la Academia Mexicana de la Lengua a la consulta hecha sobre el término *Infodemia*, vía correo electrónico.

En cambio, la palabra epidemia se identifica en el área médica como la propagación de un virus o enfermedad en determinado tiempo y lugar, aquí es necesario evocar que mientras una epidemia solo se centra como una enfermedad en un lugar determinado, una pandemia ocupa todo un espacio, por lo tanto, la enfermedad del virus SARS-CoV-2 fue declarada como pandemia por la Organización Mundial de la Salud, al esparcirse por todo el mundo de forma rápida e indiscriminada.

Dejando un poco de lado las etimologías tratadas para dar origen al significado de la infodemia, se retomarán las ideas generadas de que la infodemia puede entenderse como los datos y conocimientos que fluyen en una población a cerca de algún tipo de enfermedad, tal y como fue declarado por la OMS (Organización Mundial de la Salud) al ser identificado por algunos autores como un neologismo, pero que a decir de otros se habla de una palabra que ya se ha referido el área médica en otras epidemias provocadas por virus y enfermedades.

Siendo así, y para el interés de esta tesis, se adoptará la declaración hecha por la OMS a través de la Organización Panamericana de la Salud en la que se alerta no solo del brote de COVID-19, sino también del cortejo de una enfermedad de la información que se ha esparcido con mayor rapidez que el propio virus del SARS-CoV-2, la infodemia:

...cantidad excesiva de información –en algunos casos correcta, en otros no– que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. El término infodemia se refiere a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto debido a un incidente concreto como la pandemia actual. En esta situación aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas. En la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus. (2020)

Aunque la pandemia fue declarada oficialmente como tal el 11 de marzo del año 2020, debido a la alta demanda de contagios y países involucrados, ya se había hecho una pronunciación inicial a cerca de la infodemia semanas antes por parte del director general de la OMS Tedros Adhanom, así lo resalta Ricardo Ávila en su libro *Los medios de comunicación en la época de la infodemia*.

...después de que la OMS habló de una “emergencia sanitaria de preocupación internacional”. En cuestión de días, la perspectiva cambió y si bien el nuevo virus identificado con el acrónimo COVID-19 acabó siendo identificado el 11 de marzo como una pandemia, el 15 de febrero el director general de la entidad multilateral, Tedros Adhanom Ghebreyesus, señaló: “no solo estamos luchando contra una epidemia, estamos combatiendo una infodemia”.

Igual que el propio mal que puso a la humanidad en jaque, aquí también hay un salto exponencial en la cantidad de material disponible. La posibilidad de difundir rumores o falsedades es mayor que nunca, debido a la masificación de la tecnología, comenzando por los teléfonos inteligentes. Tanto las redes sociales como incontables portales le abren la posibilidad a cualquier ciudadano de acceder a contenidos de manera indiscriminada, así como generarlos. (2020, pp. 1-3)

Como se estima la Organización Mundial de la Salud, se apropia de este fenómeno que según antecedentes ya ha sido utilizado, pero que toma relevancia en la presente pandemia, por la demasía de información que puede ser cierta o no, y que al verse en tránsito en las demandadas redes sociales provoca severos daños en la sociedad; aunque no puede culparse del todo a las nuevas herramientas digitales por su transmisión, ya que otros medios de comunicación tradicionales también son parte del fenómeno, pero hoy en día no tienen el alcance e impacto que un *smartphone* en mano.

1.2.2 De la desinformación a la infoxicación: infodemia

Inicialmente se sabe que la desinformación no es un tema nuevo, pues al igual que la comunicación y de la información ha formado parte de la vida del ser humano a lo largo de los años, sin embargo no puede negarse que la desinformación tiene un fin o bien un propósito final, tal como se estableció por la Real Academia de la Lengua Española por el año de 1984 que el desinformar no era otra cosa que dar información intencionalmente manipulada al servicio de ciertos fines y a la desinformación se le definió como el acto de desinformar. (Pablo, 1986, p. 23)

Según Maria Fraguas en su artículo llamado *La desinformación en la sociedad actual*, varios investigadores en el tema de la desinformación celebraron con alegría la legalización sobre el término mediante la oportuna definición en la que se alude como:

Oportuna, por el elemento fundamental que menciona: la INTENCIONALIDAD, sin la cual no se puede hablar de la desinformación. Queremos aclarar enseguida otro punto. Esta intencionalidad puede ser positiva o negativa (subjetivamente hablando), gustarnos o no. Pero tenemos siempre –como investigadores animados por la honestidad científica- que analizar desapasionadamente el tema. A medida que profundicemos en él, nos daremos cuenta de que todos los grupos humanos (partidos, naciones, religiones, incluso algunos científicos) han desinformado. (1986, p. 23)

De lo anterior se puede interpretar que la desinformación tiene una intención cuyo fin bueno o malo sea para propósito de quien esté dañando la información para su propio beneficio, es así también se podría relacionar a la desinformación con la mentira y quizás esta sea aún más añeja pues se consideraría que toda persona habrá mentado al menos una vez en la vida para justificar alguna causal o desviar la atención de la verdad con alguna finalidad u objetivo. En atención a esta idea, se le atribuye tal acción al emisor del proceso de comunicación, pues la intencionalidad

de hacer daño o no, o simplemente imponer un tipo de ideología sería propia de este al emitir el mensaje. Es así que Rodríguez Andrés también lo afirma:

En definitiva, se entiende que la desinformación es un fenómeno en el que emisor tiene el firme propósito de ejercer algún tipo de influencia y control sobre sus receptores para que éstos actúen conforme a sus deseos. Es, por tanto, un fenómeno claramente intencional, en el que el emisor busca su propio beneficio y en el que, por tanto, y como explica Van Dijk (2006), se produce un abuso de poder. (2018, p. 235)

Sin embargo, también es cierto que con el paso del tiempo y la inclusión de nuevos canales masivos de comunicación; como la radio y la televisión la responsabilidad sobre la desinformación no solo le compete al emisor con la intención que le pueda dar, el mensaje inducido debe provocar una reacción por el receptor.

...se usa el término no sólo para definir los esfuerzos organizados de un actor político por ocultar o manipular la información, como en sus orígenes, sino que se alude también a este concepto cuando se habla de forma genérica de falta de información de los ciudadanos sobre determinados asuntos, o conocimiento erróneo de los mismos, sea cual sea el motivo y aun cuando no haya una intención por parte de alguien por mantenerles engañados (Rivas, 1995). Así lo refleja la propia Real Academia en su definición de desinformación, al decir en su segunda acepción que ésta puede entenderse como “falta de información, ignorancia”. Y así lo cree también Floridi, uno de los autores contemporáneos que más ha estudiado el fenómeno de la desinformación, que dice que este fenómeno “no necesita necesariamente ser intencional” (1996: 510). (Rodríguez Andrés, 2018, pp. 235-236)

Según diversos autores el término desinformación se ha hecho presente desde inicios del siglo XX y su apogeo se llegó con la guerra fría, ya que los

antecedentes de su terminología devienen sobre países como Estados Unidos y la Unión Soviética usaron a la información como un arma de guerra, es por esto que se le relaciona la intencionalidad de la desinformación como uso benéfico para temas políticos y económicos y en los cuales en muchas ocasiones se filtraba la información prefabricada a la prensa con el propósito de su difusión y por ende generar reacciones.

El término desinformación se ha convertido en habitual en el lenguaje político y periodístico, habiéndose incorporado también al acervo popular, en el que aparece vinculado a la manipulación de los medios, al control de la información en beneficio de intereses políticos o económicos y a las estrategias de gobiernos, partidos o grandes empresas para engañar a la opinión pública. Y así, dicen los diccionarios que desinformación es sinónimo de desconocimiento o ignorancia y también de manipulación o de confusión. (2017, p. 231)

Por otro lado, y dejando a lado el antecedente de la terminología de la desinformación se puede concebir que en la actualidad está no solo se le confiere al rubro de la comunicación política, sino que ha alcanzado otros campos como lo es el de la medicina, al no encontrar suficiente información sobre enfermedades que puedan padecer los pacientes y los tratamientos efectivos para su cura, tal es el caso de la presente investigación sobre la pandemia COVID-19 y que dio origen a la infodemia

Un problema mayor que se enfrenta en la actualidad sobre la desinformación es el gran número de noticias falsas, rumores y desinformaciones que han tenido origen con surgimiento del internet y las nuevas herramientas de comunicación, pues como ya se estableció hasta hace un par de décadas la desinformación era canalizada por medios de comunicación como la prensa, la radio y la televisión y al mismo tiempo se frenaba en algunas ocasiones con la labor de investigación de profesionales del campo periodístico para retratar la veracidad de la noticia, hoy día este trabajo se ha visto mermado por la invasión del internet y el efecto multiplicador

de información que se tiene en los nuevos canales de comunicación; como lo son las redes sociales, escenario idóneo para desinformar.

En esta relación entre desinformación y medios de comunicación, no puede obviarse que en los últimos años, con la irrupción de internet, los desinformadores han encontrado otro campo de batalla especialmente atractivo para sus fines. Ya no utilizan en exclusiva los medios, puesto que tienen a su alcance otras herramientas de comunicación como las redes sociales o las páginas web para difundir sus mensajes. La Red hace circular a velocidad de vértigo rumores e informaciones falsas, tergiversadas o sacadas de contexto, que acaban saltando incluso a las páginas de los periódicos y a los noticiarios de radio y televisión. (2018, p. 239)

De lo anterior se desprende sobre como anteriormente el acceso a la información se limitaba a recolectar la información individual de algún medio en el cual se tendría el interés y la confianza sobre el saber de la verdad en torno a algún hecho o noticia, se elegía algún periódico ya fuese el de mayor circulación de un territorio, el que se creía tendría la mejor perspectiva de la noticia, lo mismo se escuchaba la estación radiofónica al alcance o el programa de televisión, mismos que hasta antes de la aparición del Internet no eran muchos, además de que cada uno seguía una rigurosa línea editorial. Sin, embargo después de la llegada del Internet la infodiversidad se potencializó y surgieron blogs de información, canales de información y redes de opiniones en que cada persona si así lo deseaba, no solo era un agente pasivo de la información, sino que al mismo tiempo se convertía un proactivo generador de noticias y datos dentro de un ecosistema digital que acompañado de la intencionalidad de la información se llega a generar una demasía desinformativa.

Ahora bien, la desinformación siendo un concepto que ha ido evolucionando en su concepción por las formas en que se mueve la información, en la actualidad con el uso de redes sociales e internet, se presentan otro problema de la información a la que el especialista en gestión de recursos de información Alfons Cornella

denominó *Infoxicación* factor determinante para agravar la desinformación o medias verdades en los medios digitales.

El término infoxicación se define como la sobrecarga de información a la que se ve sometida toda persona o usuario de internet por distintos soportes digitales, a los que se tiene acceso por cualquier dispositivo, en cualquier momento y por cualquier motivo. Dicha palabra se conforma de los vocablos información e intoxicación y según para el mismo Alfons Cornella “recibir centenares de informaciones cada día, a las que no puedes dedicar tiempo. Es no poder profundizar en nada, y saltar de una cosa a la otra.” (2017, p. 2)

Se entiende este término como el exceso de información al que se enfrentan los navegadores de internet impidiendo o disminuyendo su capacidad de concentración y de asimilar el volumen de datos que la red ofrece en sus diferentes versiones. Al respecto, se debe tener en cuenta que la cantidad de contenidos no necesariamente implica calidad, muchos son datos que carecen de relevancia o que no aportan a los intereses de los usuarios convirtiéndose en información basura. (2017, p. 2)

Es claro que el estar conectados todo el tiempo a internet, allegados de correos electrónicos, fuentes de información, noticias, blogs, canales de video, mensajes instantáneos, etc., no solo puede llegar a confundirnos en nuestra vida cotidiana, también genera daños a la salud; así lo expresa Ramos Alejandro como consecuencias de la infoxicación en su ensayo de implicaciones de la misma. Para que se tenga una idea sobre la magnitud de información de la que se dispone la Universidad de Berkeley realizó un estudio en el que concluyó que “la información generada entre los años de 1970 y 2000 fue parecida a la que generaron los seres humanos durante toda la prehistoria”. (2017)

La intoxicación de información puede presentar síntomas como: agobio, desconcierto, bloqueo cognitivo acompañado de estrés, dolor de estómago, pérdida de visión, trastornos del sueño, falta de concentración, ansiedad

siendo esta última una de las consecuencias principales de las afectaciones a la salud así lo confirma Juan Domínguez, director de programas de calidad de vida de Seguros Sura, “la ansiedad” está dentro de las siete enfermedades producidas por la famosa ‘hiperconectividad’ excesiva. No es de extrañarse que estas patologías se presenten más aún cuando la cantidad de información va en aumento y el flujo de contenidos obliga a estar conectados. (2017, p. 3)

Bajo la premisa anterior y en el contexto de la presente investigación, no sería casualidad que al avizorar una de las peores enfermedades de los últimos años en los que el conocimiento sobre el virus SARS-CoV-2 era precario, así como el flujo de información de precaución sobre los cuidados de la misma era incierto, obligó al territorio mexicano al igual que a la mayoría de países a generar una cuarentena como medida de contención del virus. De esta forma la mayoría de los habitantes se vio obligado a resguardarse en sus hogares y emprender una dependencia total de las nuevas tecnologías de información y comunicación, cerrando las ventanas de cristal y abriendo las ventanas virtuales de información, mediante las cuales se refugiaron en el teletrabajo, la educación, el entretenimiento y la supervivencia.

Dentro de la necesidad natural del ser humano sobre el saber y conocer acerca del virus denominado COVID-19, el mexicano se vio inmerso en todo tipo de informaciones, plagadas de noticias falsas, medias verdades; cayendo a la desinformación sumergiéndose en la infoxicación y dándose como resultado la infodemia producto de una pandemia.

1.3 Manifestación de la infodemia en México

Aunque el primer contagio de coronavirus se dio a conocer por el Gobierno de México el 27 de febrero del año 2020, a principios del mismo año y por consecuencia de la oleada de contagios en otros países comenzaban a esparcirse las primeras informaciones, rumores, precauciones y recomendaciones para

afrontar el virus, que como se estimaba era inminente su llegada al territorio mexicano.

La infodemia comenzó a avizorar fuertemente en México a través de las redes sociales en las que circulaba la historia de que el origen del virus se había provocado por un hombre que había consumido una sopa de murciélago en Wuhan, China.

En una peculiar versión de esa idea, el congresista estadounidense John Cornyn, senador republicano por Texas, dijo que había que culpar a China porque sus costumbres de comer murciélagos, serpientes y perros han generado epidemias como el SARS, MERS y la gripe porcina. La organización Politifact aclaró que, si bien el SARS apareció por primera vez en China, todavía no se tiene certeza de la fuente, que pudo ser un animal intermedio entre el origen y el ser humano; sin embargo, el MERS fue reportado por primera vez en 2012 en Arabia Saudita, y la fiebre porcina fue detectada tres años antes en Estados Unidos. También estableció que las costumbres que las costumbres culinarias mencionadas por el senador no son más frecuentes en China de lo que resulta en algunas zonas estadounidenses la costumbre de comer serpientes de cascabel. (2020, p. 5-6).

Otra creencia de mayor revuelo en redes virtuales ha sido que el virus fue creado en un laboratorio y esparcido accidentalmente, pero la realidad es que aún se desconoce a ciencia cierta cuál ha sido el origen que dio fuerza a la expansión de la pandemia por el SARS-CoV-2, sin embargo, las infodemias virales en redes sociales aún son creencias latentes en las sociedades de México y el mundo, aún y cuando la OMS ya se ha pronunciado al respecto a un año del inicio de la pandemia.

El informe de la Organización Mundial de la Salud del pasado mes de marzo estableció que el virus probablemente pasó de los murciélagos a los

humanos a través de otro animal intermediario, pero admitió que se necesitaba más investigación.

El escenario de que el virus hubiera llegado a los humanos debido a un incidente en un laboratorio fue catalogado como "extremadamente improbable". (BBC News Mundo, 2021)

Lo verdaderamente cierto son los alcances que ha tenido la infodemia y los efectos sociales que ha provocado está en el planeta, producto de la viralización de la misma en medios digitales trayendo consigo efectos secundarios del miedo y desconfianza en el sentir humano como la xenofobia y racismo hacia los asiáticos en todo el mundo.

Los gobiernos deberían tomar medidas urgentes para prevenir la violencia y la discriminación racistas y xenófobas vinculadas a la pandemia del COVID-19, procesando los ataques raciales contra las personas asiáticas y de ascendencia asiática, dijo hoy Human Rights Watch. El 8 de mayo de 2020, el Secretario General de las Naciones Unidas, Antonio Guterres, dijo que "la pandemia sigue desatando una oleada de odio y xenofobia, buscando chivos expiatorios y fomentando el miedo" e instó a los gobiernos a "actuar ahora para fortalecer la inmunidad de nuestras sociedades contra el virus del odio" Desde el estallido de la pandemia, las personas asiáticas y de ascendencia asiática han sido blanco de lenguaje despectivo en los medios de comunicación y las declaraciones de los políticos, así como en las plataformas de redes sociales, donde el discurso de odio relacionado con el COVID-19 también parece haberse propagado ampliamente.

Desde febrero, las personas asiáticas y de ascendencia asiática en todo el mundo han sido víctimas de ataques y palizas, acoso violento, amenazas, insultos racistas y discriminación que parecen vinculados a la pandemia. (2020)

En México, sobre marzo del año 2020 y con los primeros casos confirmados de coronavirus, también se comenzó a circular rápidamente a través de las redes sociales, los primeros rumores y noticias falsas sobre el virus, generando una gran ola de desinformación.

Los primeros hechos violentos que se dieron en México no fueron precisamente por xenofobia, sino por discriminación, ya que se formaron diversos casos de ataques violentos a médicos, enfermeros y enfermeras que por el simple hecho de vestir la indumentaria médica eran blancos de ataques verbales y físicos con la creencia de que traerían consigo el virus y lo propagarían, otra falsa información que circuló viralmente en medios electrónicos fue la que las antenas de radiocomunicación en particular las llamadas 5G, serían fuente de aspersión del virus, tomaron mucha relevancia ataques a trabajadores de ayuntamientos municipales que en su actuar de fumigación para controlar plagas de insectos, pobladores los golpearon pues tendrían la falsa creencia de que lo que realmente se encontraban esparciendo eran bacterias del SARS-CoV-2. Los hechos acontecidos no eran más que efectos propios de la desinformación generada en grupos de redes sociales y que a su vez causaba miedo y pánico en los habitantes de territorios en México.

Ante los hechos narrados el pasado 06 de mayo del año 2020, el Gobierno de México en una de las conferencias matutinas en las que el Presidente brinda información de interés a la población mexicana; se alertó sobre la denominada infodemia, para ello se contó con la participación del periodista Jenaro Villamil, quien en una primera diapositiva definió a la infodemia como:

“Término utilizado ya por la OMS para referirse a la sobreabundancia de información falsa o maliciosa sobre la pandemia y su rápida propagación a través de las personas y de los usuarios de redes sociales: WhatsApp, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, principalmente”. (México, 2020)

Además, el titular del Sistema de Radiodifusión del Estado Mexicano expuso que la infodemia que más se ha intensificado durante la tercera fase de la pandemia es la que se comparte por la aplicación de WhatsApp.

La circulación de audios y de videos alterados, truqueados que tienen como objetivo generar desconfianza social, generar miedo, sobre todo en los sectores más populares, en los sectores que no tienen acceso de contrastar la información. Así estamos escuchando el audio de una señora que dice que la Secretaría de Marina va a rociar el virus en las noches, que es un audio truqueado de 2017 y que les llega a las personas porque se hacen las cadenas de transmisión exactamente como el coronavirus. ... Los ataques a las enfermeras, a los enfermeros, a los médicos, al personal sanitario; no es un asunto casual tiene que ver con la infodemia, tiene que ver con esta estrategia de criminalizar, señalar, o alimentar los prejuicios para que la responsabilidad del coronavirus sea de un ente profesional o de alguien, esto, esto es muy preocupante y por eso a la Organización Mundial de la Salud le ha preocupado tanto este asunto. (La infodemia/ Gobierno de México, 2020)

Villamil, también señaló como únicos ganadores de la infodemia a las plataformas digitales por las cuales se transmite la sobreabundancia de información, ya que el nivel de ingresos y ganancias que obtuvieron en el primer trimestre del año 2020; empresas como Facebook, Google, Amazon son el resultado de la infodemia. “Facebook tuvo 4,902 millones de dólares de ganancias, 5,000 millones de dólares para hacerlo cerrado, Google que es el gran gigante tuvo más de 6,000 millones de dólares de ganancias”. (México, 2020)

Sin embargo, aquí se debe precisar que los ingresos y ganancias obtenidas no son necesariamente por la infodemia, ya que mencionadas empresas prestan otro tipo de servicios que por razones obvias del confinamiento de la pandemia elevaron sus acciones y no necesariamente son producto de la propagación de

noticias falsas o medias verdades, lo que se puede desprender que el tema de la infodemia es un virus que afecta a todas las personas del país.

CAPÍTULO II. LA COMUNICACIÓN SOCIAL FRENTE A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

2.1 La comunicación social del Gobierno de México

Como se estableció en el capítulo anterior el derecho de la información tiene una estrecha relación con la ciencia de la comunicación, no solo por la forma de expresión que se le reconoce constitucionalmente como derecho fundamental, sino también por las facultades que conlleva el proceso de la información. Dentro del modelo básico de comunicación se establece la existencia de un emisor, un mensaje, un canal y un receptor, aunque este modelo básico también se ha transformado gracias a las nuevas tecnologías de la información y comunicación como se verá posteriormente. En la utilización del modelo ya mencionado, tenemos que el canal por el cual se transmite el mensaje ha ido en constante evolución, ya que este no solo ha dejado los medios impresos atrás, sino que ha encontrado forma en la radio, en la televisión y en el cine, abarcando grandes auditorios a través de ello, y ejercitando así la tercera facultad del derecho a la información que como se reconoció es la posibilidad de difundir ideas y expresiones mediante cualquier mecanismo con la finalidad de reconocerse públicamente. Sin embargo, una vez empleando los medios de comunicación para dar a conocer una información se está a lo que en términos de comunicación se le reconoce como comunicación pública, comunicación social y/o bien comunicación de masas, cuál sea el concepto elegido; se refiere a un fenómeno cuyo efecto es meramente social, tal como lo conceptualiza el mismo Manuel Ángel Cortés.

La comunicación de masas es un fenómeno con un efecto social ya que las personas forman parte de la sociedad y cualquier cosa que afecta a numerosas personas afecta a la sociedad. Sin duda que la comunicación, particularmente en tiempos modernos, influye en muchos casos en la vida de las personas, por ejemplo, el efecto que causa un medio de comunicación en las opiniones políticas de las

personas después de un análisis, de una encuesta, etcétera. El resultado llega a ser sorprendente en las urnas electorales. (2005, p. 65)

Es decir, que como característica de la comunicación de masas, es que la ideología inmersa en forma de mensaje y que se ve replicada por los diversos medios de comunicación puede llegar a tener cierta influencia con personas, o bien grupos simpatizantes de la misma corriente ideológica, lo que hace el canal como medio de comunicación es la difusión de la expresión y la reacción generada sería individual o bien colectiva. Ángel Cortés...

Es importante considerar lo que significa para la sociedad y para cada uno de sus miembros tener a su disposición datos, información y todo lo que se necesita para saber lo que acontece en nuestro derredor.

Según Wright Mills cuando recolectamos, buscamos y distribuimos una información referente a un hecho donde se vincula a una sociedad en particular, nos estamos refiriendo a lo que comúnmente llamamos noticias. Trascendente es para una sociedad darse cuenta de lo que ocurre a su alrededor, lo que pasa dentro de ella o fuera de ella... (Cortés, 2005, p. 73)

En este derecho sobre la necesidad de saber, conocer y estar informado es que surge la demanda de información por parte de la sociedad, razón por la cual las instituciones aparecen como creadoras de contenido sobre los servicios para hacer un vínculo de comunicación retroalimentaria, es entonces que “Los gobiernos contemporáneos han creado las instituciones que tienen como fin establecer vínculos con los medios masivos de comunicación”. (Lomelí, 1996, s.p.)

En México, los primeros gobiernos de la revolución se preocuparon por la imagen institucional que proyectarían hacia sus habitantes, más aún por la responsabilidad que tienen con el territorio a gobernar. Cada gobierno en turno tiene la responsabilidad de otorgar bienes y servicios que son fundamentales para la sociedad, por tanto, establecen programas en temas de educación, salud,

seguridad, etc., en la prestación de estos servicios se reducen muchos conflictos sociales, además de que afianza la simpatía con su trabajo, la evaluación a su aparato e inclusive muchas veces una lealtad al partido que los representa.

Sin embargo, para lograr tal fin tienen el encargo de comunicar y difundir cada acto y programa que desempeñan para que la sociedad esté bien informada.

De ahí que los estados contemporáneos pongan especial énfasis en campañas publicitarias para promover los servicios que otorgan y dar a conocer la obra pública construida con el dinero recaudado por el sistema tributario. Cada servicio, que presta el Estado para elevar los índices de bienestar, debe estar respaldado por una campaña de información que se encargue de divulgar socialmente los beneficios del servicio. (1996, p. 59)

Del acto anterior que refiere Francisco Hernández Lomelí, es a lo que se le ha nombrado históricamente como comunicación pública o bien comunicación social, y que ha llevado a que cada Gobierno en su periodo de mandato tenga en su Administración una oficina dedicada a este quehacer, misma que ha formado parte de la Secretaría de Gobernación o bien de la misma Oficina de Presidencia, y que se han hecho nombrar Oficina de Comunicación Social (OCS), en el caso de la administración en turno a la que se le nombra Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República.

La labor a desempeñar una coordinación de comunicación social es la de crear ese lazo informativo entre el aparato gubernamental con la sociedad, establecer una función informativa con los medios de comunicación, pauta de reuniones, entrevistas, expresiones publicadas en periódicos, revistas, radio, televisión, creación de campañas concretas, etc., en cambio el papel que desempeñan muchas veces es la preocupación por mantener una imagen institucional limpia de las áreas administrativas de la burocracia, o bien de la propia figura presidencial, a través de la compra de espacios publicitarios en los medios para hacer destacar el trabajo, pese a la crítica social por la deficiencia del mismo.

Como bien señala el periodista Riva Palacio al referirse a las OCS, la difusión de información no es parte de su oficio –dice- sino la protección de la imagen de sus superiores, que no la de la institución (Riva Palacio 1993). El resultado es un enfrentamiento entre el modelo gubernamental de información con sus OCS, y la demanda ciudadana de exigir información sobre asuntos públicos. (1996, p. 69)

En este mismo tenor, también se cita la expresión del Doctor en Derecho de la Información Guadalupe Robles; quien concibe la misma ideología.

En México las formas de comunicación de las administraciones públicas para enterar de sus competencias y responsabilidades a la sociedad han tenido una profunda transformación en los últimos años. Esto no necesariamente ha generado resultados útiles, pues en algunos casos sólo se ha tratado de cambios en los modos de comunicar. Todavía hasta muy avanzada la década de los noventa, los informes anuales del presidente de la república, gobernadores y alcaldes, formaba parte de un rito de autocomplacencias, en donde obvio, es decir, se destacaban sólo los logros obtenidos por el ejercicio del gobierno, sin que hubiese manera de comprobar la veracidad de lo que se informaba. (2004, p. 405)

A pesar de lo señalado anteriormente en el territorio nacional ha sido constante que la comunicación social de los gobiernos federales a través de la publicidad oficial se enaltezcan los logros desempeñados, pero en ningún punto se realice una autocrítica del funcionamiento de las políticas públicas o programas sociales de los gobernantes, es decir, solo se habla de lo bueno, dejando de lado las cosas negativas, pues demerita la imagen institucional y por ende la titularidad de cualquier oficina del aparato burocrático, es así que ese papel queda en manos de los medios de comunicación, o bien de los grupos contrarios al poder.

El pliego de la comunicación social en México se encuentra reglamentado dentro del párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Mexicana, quedando de manifiesto cómo se lee a continuación:

La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. (2021)

El mencionado párrafo se adiciona al artículo 134 en el año 2007, y se estableció con el propósito de regular la publicidad oficial, en el entendido que esta ha mantenido una constante polémica a través del tiempo, pues se establece que los contratos y convenios para realizar la propaganda gubernamental se concede a medida de favoritismo a medios, concentrando la riqueza y monopolio de unos cuantos, con el firme intento de que constantemente se hable bien del trabajo gubernamental, y por el contrario castigando o negando publicidad oficial a medios que atacan el quehacer de los funcionarios, se entiende entonces que con esta práctica se vulnera el trabajo de la libertad de expresión.

Es entonces que 11 años después del párrafo adicionado a la carta magna de México se publicó la *Ley General de Comunicación Social* el 11 de mayo de 2018 con el objeto de “establecer las normas a que deberán sujetarse los Entes Públicos a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez y respete los topes presupuestales” (2018)

Parte fundamental de esta Ley recalca que se deben respetar los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

Así también se establece que dicha legislación será aplicable a cualquier campaña de Comunicación Social pagada con recursos públicos que sea transmitida en territorio nacional o en el extranjero.

Entre las reglas que tendrán las campañas de comunicación social se asientan en el artículo 8, siendo relevantes las siguientes:

Promover campañas de turismo, educación, salud y protección civil, entre otras; Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el equilibrio ecológico y protección al ambiente, así como en materia de protección civil; Comunicar programas y actuaciones públicas. (2018)

A su vez, se establece que los Entes Públicos no podrán difundir campañas de comunicación social cuyos contenidos tengan por finalidad destacar de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público.

También se fija que las Entidades Públicas Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para tiempos comerciales en medios de comunicación cuando no haya disponibilidad de tiempos oficiales, que son aquellos que comprenden tanto los tiempos de Estado, como los tiempos fiscales en radio y televisión.

Por último, con esta Ley se fija que los medios de comunicación que pretendan participar en la contratación de comunicación social, deberán estar inscritos previamente en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación mismo que estará a cargo de la Secretaría de Gobernación.

Sin embargo, es importante señalar que desde la iniciativa del proyecto de la mencionada ley, causó controversia pues por analistas y especialistas en medios de comunicación se advertía que la Ley de Comunicación Social no resolvía los problemas de la publicidad oficial, pues no cuenta con los criterios claros para la asignación de recursos en publicidad, no fomenta la pluralidad, no advierte límites en el presupuesto y concentra más poder en manos de la Secretaría de Gobernación. Por tanto, se advertía que con la aprobación del estatuto los recursos

públicos, seguirían siendo utilizados para limitar la libertad de expresión y el derecho a la información.

A tres años de promulgada la Ley y tras un juicio de amparo presentado por la asociación civil artículo 19, el pasado mes de septiembre del año transitable, la Suprema Corte de Justicia de la Nación declaró inconstitucional la *Ley General de Comunicación Social*; tras considerarse que otorga al gobierno enorme discrecionalidad para ejercer el gasto público en la difusión de sus acciones, por tanto, se ordena al Congreso de la Unión, corregir las deficiencias de esta legislación antes que concluya el año 2021.

2.1.1 El proyecto de comunicación social del Presidente Andres Manuel López Obrador

Una vez que el C. Andrés Manuel López Obrador, ganó la Presidencia de la República en las urnas, siendo candidato electo y a solo un mes de tomar la posesión del país en sus primeras declaraciones estableció que durante su gobierno establecería una comunicación directa con la prensa, a través de conferencias matutinas, mismo mecanismo de comunicación que utilizó siendo Jefe de Gobierno de la Ciudad de México en el año 2002 y que en voz de analistas de la comunicación y reporteros afirman que dichos encuentros matinales con la prensa y en los que más que información relevante sobre los programas sociales de la ciudad capital, era tener más una confrontación ideológica al sexenio del entonces Presidente de la República; Vicente Fox, acontecimiento que lo colocó como candidato a la presidencia en el año 2006.

Más que un proyecto, se considera una estrategia de comunicación la que establece el ejecutivo en aras de informar a todos los ciudadanos y marcar la agenda política del país. Es así, que, desde el 01 de diciembre del año 2018, el Presidente Andrés Manuel López Obrador arriba de lunes a viernes en punto de las siete de la mañana al Salón Tesorería en Palacio Nacional, donde lo aguarda un atril con micrófono y una pantalla y abre con un saludo de “Buenos días” a la prensa que lo espera seguido de la agenda informativa del día.

Las conferencias mañaneras, como medio de comunicación política, son un mecanismo innovador que permite ver al presidente todos los días, sin restricciones discursivas o de lenguaje corporal, interactuar directamente con los medios de comunicación. El mandatario prioriza el contacto con los reporteros como la actividad más importante de la jornada y ha asumido que, a partir de las conferencias cotidianas, él puede no solamente desplegar su narrativa y todo su liderazgo político, sino que también puede usarlas como medio de compensación, en caso de que los medios de comunicación le resulten adversos o no reflejen el sentir del gobierno. En los últimos tiempos, en al menos un par de ocasiones, ha insinuado que podría ampliarlas al fin de semana para poder defender su causa. (Curzio & Gutiérrez, 2020, p. 81)

En dicho encuentro con la prensa, el Presidente anuncia los programas sociales de su gobierno, el avance de obras, gira instrucciones a sus colaboradores y también envía mensajes políticos, inclusive en ocasiones cuenta con la presencia de funcionarios del gobierno para aclarar polémicas sobre algún tema en específico, situación que vuelve atractivo y controvertible el espacio informativo.

Es de resaltar que la estrategia de comunicación matutina es un producto novedoso que ningún otro gobierno en el mundo lo ha replicado, lo cual ubica a López Obrador como el primer presidente en la historia de México que ofrece información cotidiana, a lo cual él mismo ha denominado como un claro ejercicio de rendición de cuentas.

En la historia de la comunicación social y política en el territorio mexicano, nunca se había generado esta apertura de diálogo con los medios, es de recordar que anteriormente los mandatarios no ofrecían conferencias a los medios de comunicación y de tener que hacerse elegían a solo un par de ellos, y en las que las oficinas de comunicación social controlaban las preguntas de los entrevistadores y si existía alguna pregunta incómoda, en ese momento daban por terminada la conferencia o entrevista. Sin embargo, en la actualidad en “las mañaneras” el

mandatario del país responde a las preguntas y críticas que se le cuestionan, durante la conferencia que tiene una duración de poco más de una hora.

Sin embargo el modelo de comunicación empleado por el Gobierno Federal también ha enfrentado múltiples críticas y señalamientos en contra entre los cuales se manifiestan que más que un espacio de acceso a la información y rendición de cuentas por parte del ejecutivo federal, se presenta como un espacio de propaganda política a favor del presidente y del partido del que es fundador; violando severamente el artículo 134 del que ya se habló anteriormente, los señalamientos se originan ya no se suspendió el espacio informativo del decano durante los tiempos electorales que han pasado en los años que lleva de su mandato.

Como muchos otros temas que se tocan en la conferencia matutina, el día 17 de abril del año 2019, un año antes del azote de la pandemia Covid-19 en México el presidente de México en compañía del Coordinador General de Comunicación Social y Vocero del Gobierno de la República Jesús Ramírez Cuevas presentaron en ese espacio los lineamientos para la política de comunicación del Gobierno de la República. En una breve introducción Andrés Manuel manifestó:

Vamos a garantizar el derecho a la información como lo hemos venido haciendo, en el centro están los ciudadanos, la gente, la población que debe de ser informada, que, debe de tener información veraz, de calidad, garantizar la transparencia, el gobierno está abierto para informar a los ciudadanos, son los que mandan los ciudadanos, vamos a actuar con austeridad en el manejo de los fondos dedicados a la propaganda, a la publicidad de acuerdo a nuestra propuesta de austeridad se disminuye el gasto de publicidad en un 50 por ciento con relación a lo que se ejercía anteriormente, vamos a que haya equidad, que se distribuya este gasto, esta inversión de manera horizontal que no se concentre, que alcance a todos y que se actúe en función de criterios transparentes, que se sepa quién es quién en los pagos por servicios de publicidad, nada oculto, y desde luego no utilizar los recursos públicos para premiar o castigar a ningún medio, que no sea un mecanismo de coerción, de castigo el presupuesto. (2019)

Por su parte el Vocero de la Presidencia de la República expuso que la política de comunicación del Gobierno Federal es para y por los ciudadanos, para rendir cuentas, para acercar la información esencial que requieren los ciudadanos y agregó que el mejor ejemplo de esta política de apertura, del respeto al trabajo de los periodistas, a los medios de comunicación y de respeto a los ciudadanos de informar puntualmente de la acción del gobierno era la misma conferencia de las mañanas, “que se ha convertido en el ejemplo del modelo de comunicación democrática”. (Gobierno de México, 2019)

El *Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal* se publicó en el Diario Oficial de la Federación el día 17 de abril del año 2019, por el Coordinador General de Comunicación Social y Vocero del Gobierno de México; Jesús Ramírez Cuevas. El contexto en el cual se establece esta política de gobierno, tiene primeramente su marco legal dentro del artículo 134 de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, que como se estableció anteriormente obliga al gobierno a la acción informativa, en este mismo artículo se señala que la publicidad gubernamental deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. El complemento del marco legal del acuerdo en mención tiene su estructura también dentro de la *Ley Orgánica de la Administración Pública Federal*, ya que en su artículo 8 se indica: “que el Ejecutivo Federal contará con las unidades de apoyo técnico y estructura conforme al presupuesto asignado a la Oficina de la Presidencia de la República a fin de formular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal, con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación”. (Federación, 2019)

Así también se encuentra fundamento para su creación dentro del *Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2019*, ya que de conformidad con el artículo 14, párrafo primero se indica que:

En materia de comunicación social, las dependencias y entidades, se sujetarán a la Ley General de Comunicación Social y a las demás

disposiciones jurídicas aplicables, así como a la política de comunicación social del Gobierno Federal que formule la Oficina de la Presidencia de la República, con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación. (2019)

Tal como se indica anteriormente la comunicación social de la federación estará sujeta a la *Ley de General de Comunicación Social* (LGCS), por tanto, es esta otra de las figuras jurídicas que comprende el Acuerdo sobre la Política de Comunicación social, sin embargo, se reitera que al momento de emitir este documento la *LGCS* ya se encontraba impugnada y fue declarada inconstitucional el pasado mes de septiembre del año 2021. Por lo anterior se tiene un marco legal incompleto, ya que al momento se tiene la deuda sobre establecer una Ley de Comunicación acorde a las demandas públicas.

De las opiniones de la Secretaría de Gobernación para la elaboración de la Política en materia de información se revelan las sobresalientes:

°Que las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal deberán informar y comunicar a través de los medios de comunicación, sobre los programas y servicios que prestan y las políticas públicas que impulsan, con la finalidad de mantener informada a la población de las metas y objetivos alcanzados que contribuyen a cumplir con sus facultades, competencias y atribuciones, así como para fomentar la transparencia gubernamental, el derecho a la información, la rendición de cuentas y la participación ciudadana;

°Que dichas campañas no deben utilizarse con fines discriminatorios, para violar los derechos humanos o con fines electorales o partidarios, así como tampoco estar destinada a discriminar, criminalizar o estigmatizar a cualquier persona o sector de la sociedad en el ámbito político, social, económico o cultural;

°Que la estrategia de comunicación social del Gobierno Federal, deberá estar alineada con los tres principios básicos del actual gobierno: austeridad,

honestidad y combate a la corrupción, concebida para que los servidores públicos lleven a la práctica estos principios en sus vidas cotidianas, y además fomentar la participación ciudadana... (Federación, 2019, s.p.)

Retomando la presentación en la conferencia matinal el Vocero de la Presidencia del Gobierno de la República recalcó que el objeto general que tiene la Política de Comunicación Social es “incentivar la comunicación interactiva gobierno-ciudadanía para potenciar el impacto de la acción gubernamental en el bienestar de la población” (Gobierno de México, 2019) y complementa:

Es generar esta sinergia democrática entre ciudadanos y gobernados (sic) con información, la materia prima de la democracia es la información y en la medida en que el gobierno informa a los ciudadanos la acción gubernamental y recoge el sentir de los ciudadanos, la crítica de los medios de comunicación, el conocimiento de los especialistas; rectificando o demandando algún tipo de política, esta interacción es lo que vuelve democrático y circular esta comunicación. (México, youtube.com.mx)

Quizás a lo que Ramírez Cuevas se refiere en tanto al objeto general de su política es a formar este vínculo de comunicación entre ciudadanos y gobierno en el que participen y se escuchen todas las voces y expresiones para así conducir por medio de la información la vida democrática del país.

Entre los mandatos que destacan de la Política de Comunicación es el artículo 3° en el cual se destaca los elementos que deberán contener las campañas de propaganda gubernamental, quedando descrito así:

Artículo 3.- Las campañas o programas que se difundan a través de propaganda gubernamental deberán:

I. Tener carácter institucional con fines informativos, educativos, de orientación social o de rendición de cuentas conforme al Programa Anual de Comunicación Social de cada dependencia o entidad;

- II. Utilizar los medios, soportes y formatos que garanticen el acceso a la información y aseguren la difusión de acuerdo con el propósito y características de cada campaña;
- III. Garantizar la difusión de la información institucional en condiciones de igualdad entre la población objetivo;
- IV. Dar cumplimiento a las disposiciones jurídicas aplicables, en aquellos mensajes que otorguen subsidios o beneficios directos a la población;
- V. Cumplir con las obligaciones en materia electoral, y
- VI. Cualquiera otra que establezca la normativa aplicable. (2019)

Se puede establecer que las seis fracciones del artículo citado, se refieren a los objetivos que tiene el acuerdo y en los que se destaca prevalecer la información a la sociedad, sin discriminación y con total transparencia en el acceso de la misma.

Mientras que, en el artículo subsecuente, es decir en el 4. ° se traduce la misma información, pero con el objetivo general de la Política de comunicación y en él queda la reglamentación para el ejercicio de comunicar las campañas.

Artículo 4.- Las campañas de comunicación social o de promoción y publicidad institucional deberán respetar y reflejar la pluralidad del país, considerando a las entidades federativas y sus municipios, en cuanto a su composición étnica, diversidad cultural, religiosa, lingüística y su riqueza geográfica; así como fomentar la igualdad y no discriminación, y promover los derechos humanos y la convivencia armónica entre las personas. (2019)

Como se puede apreciar el Gobierno Federal hace la inclusión de todo el territorio nacional en cuanto a la cultura y riqueza que posee cada rincón del país mexicano, y por supuesto el fomento a los derechos humanos y bienestar social.

Artículo 5.- De conformidad con la competencia y atribuciones de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, la propaganda gubernamental podrá informar sobre los aspectos siguientes:

...

IV. Medidas preventivas de protección civil, así como de cualquier riesgo que ponga en peligro a la población;

VI. Difusión de campañas que tengan relevancia directa para la población, relacionada con:

- a. La protección de la salud y nutrición;**
- b. El respeto a la integridad física y familiar;**
- c. La protección a los grupos de personas o de sectores de población históricamente desprotegidos;
- d. La igualdad de género;
- e. La educación y los valores culturales;
- f. La educación cívica y la participación ciudadana;
- g. La historia, el patrimonio cultural y social de México;
- h. El fomento a la memoria y reconocimiento de las violaciones graves a derechos humanos;
- i. Los valores y principios constitucionales;
- j. Información referente al cuidado del medio ambiente, y
- k. La promoción de la igualdad y la no discriminación; (Federación, 2019, s.p.)

Llama la atención que en este apartado 5° se fija sobre los aspectos que cada una de las unidades de la administración pública deben de informar a la ciudadanía, resaltando lo mencionado en el párrafo IV, donde se plasma que es obligatorio informar sobre las medidas de protección ante cualquier peligro que ponga la integridad humana de todo ciudadano, y que particularmente en temas de salud y respeto a la integridad física se deben realizar y difundir campañas de información tal como se expresa en los apartados “a y b” de la fracción VI, mismos que son relevantes y se retomarán en espacios subsecuentes de la presente tesis.

Entre otros elementos centrales de esta política gubernamental que son dignos de mencionarse es la transparencia y rendición de cuentas pues se menciona que debe publicarse en portales de transparencia la información relativa

al gasto de campaña de comunicación social y estar disponible en datos abiertos para su utilización, así como la prohibición de hacer uso de la propaganda gubernamental para presionar, castigar, premiar, privilegiar o coaccionar a los comunicadores o a las empresas de medios de comunicación acción que ha sido una realidad dentro de las oficinas de comunicación social para hablar bien de los gobiernos públicos. Así también se estipula que cuando una dependencia llegará a tener una ampliación presupuestal en materia de comunicación, deberá emitir un comunicado informando las causas. En cuanto a los medios utilizados para la difusión de campañas deben tener relación con el nivel de penetración en la población objetivo, es decir, cuando la publicidad sea dirigida a un público específico como son las zonas rurales se deben privilegiar los medios locales, comunitarios o sociales.

Como se sabe desde el inicio del Gobierno de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) el presidente enmarco su gobierno con el tema de austeridad, reduciendo en todos los planes de su administración el gasto gubernamental sin quedar fuera el tema de la publicidad oficial, por tanto, dentro de la misma política se contempla la disminución del gasto en comunicación a la mitad, quedando sin contratos anuales a los medios de comunicación, así como toda la producción de materiales quedará su elaboración en manos de los medios públicos dejando fuera la contratación de agencias y empresas que anteriormente se asignaban para su elaboración y por último se manifiesta la utilización del 100% de los tiempos oficiales que los medios de comunicación están obligados por ley a otorgar al Gobierno Federal para su propaganda.

Es necesario reiterar que este *Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal* se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 17 de abril del año 2019, meses previos a que la vida en México se modificará en múltiples aspectos por la llegada de la pandemia del SARS-CoV-2, el problema en cuanto a esto, es la reducción a la mitad del gasto en comunicación social respecto al año anterior, y es que el inconveniente de ello es que si no se cuenta con un plan previo, pues hay muchas campañas que se deben de hacer, tanto preventivas como reactivas en caso de un desastre natural o de alguna

enfermedad como la que se continúa enfrentando actualmente, ahora centralizando todo el gasto en la oficina de comunicación social que depende de la presidencia se convierte en una dificultad mayor, ya que se concentra todo el poder de decisión en un mismo lugar.

El pasado 16 de agosto del año 2021 la organización de la sociedad civil “fundar” cuyos principios rige la horizontalidad y la transparencia; elaboró un análisis del gasto en publicidad oficial ejercido por el gobierno de AMLO en su segundo año de mandato siendo el año 2020 y cuyos datos para su realización fueron obtenidos a través del Sistema de Comunicación Social (COMSOC) perteneciente a la Secretaría de la Función Pública, en este estudio se concluye:

Que se ejercieron 2 mil 248 millones de pesos, de un total de 2 mil 452 millones aprobados para ese ejercicio fiscal. Esto significa que el gobierno federal gastó alrededor de una quinta parte con respecto a los 11 mil 398 millones de pesos del segundo año de la administración de Enrique Peña Nieto.

Se continúa ejerciendo la publicidad oficial bajo prácticas discrecionales y sin la debida transparencia, además persiste la concentración del gasto en publicidad oficial, en donde más de la mitad de los recursos se concentran en 10 medios de comunicación. (2021 s.p.)

En la misma investigación sobresale que la Secretaría de Salud, siendo la institución líder en la política de la lucha contra el COVID-19 tan sólo ejerció el 0.6% del gasto citado, es decir, solo utilizó poco más de 13 millones de pesos en gasto de información, ocupando así el puesto 21 de 93 instituciones de la Administración Pública Federal.

2.1.2 La estrategia de información empleada ante la emergencia nacional

Sin duda se considera que la mejor arma para enfrentar una situación de crisis ante cualquier embate que pueda tener un país es la comunicación. Sin

embargo, la comunicación e información a emplear ante las crisis debe tener una gran exigencia en claridad y veracidad para poder afrontar cualquier dificultad que se presente, México ha enfrentado diversos fenómenos que ha puesto al país al borde del abismo, como los grandes sismos que han ocasionado diversos daños materiales y humanos dentro de la sociedad mexicana, incluso también previo a la pandemia COVID-19, ya se había experimentado una epidemia de influenza en el año 2009, que sí bien no ocasionó los grandes daños que hasta ahora lleva en su camino el SARS-CoV-2, en el ámbito de la información tal parece que ha ganado batalla en esta ocasión.

Ante la llegada inminente del virus al país el Gobierno de México inició la difusión de información de lo que hasta el momento se conocía de la misteriosa enfermedad como un tipo nuevo del coronavirus cuyo origen era desconocido, pero sí letal. El escenario en el que se dio a conocer la información fue a través de las conferencias matutinas en las que los portavoces principales eran el Dr. Jorge Alcocer Varela Secretario de Salud del Gobierno de México y el Dr. Hugo López-Gatell Ramírez Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud cuyo cargo ostenta dentro de la misma Secretaría de Salud, sin embargo, éste último tomó la titularidad de la información y manejo de la pandemia a través de una sección denominada “el pulso de la salud” y posteriormente ganando autonomía con la creación de una nueva conferencia vespertina llamada “Conferencia de prensa #Covid19” en la que se informaba técnicamente sobre el tratamiento de la pandemia en México.

En estas circunstancias, dentro de las conferencias del Presidente de la República se ve claramente como el Dr. Jorge Alcocer fue desplazado por su mismo subsecretario quien obtuvo un mayor protagonismo en un tema de suma relevancia para el país, dejando de lado las jerarquías dentro de la Administración Pública Federal. Al respecto Curzio y Gutiérrez opinan:

...la Constitución prevé que en casos de grave riesgo el secretario de Salud cumpla una función protagónica en la conducción y comunicación de la crisis a través del Consejo de Salubridad General. Es una disposición prevista en

la Carta Magna y que vimos desplegarse en plenitud en la crisis de 2009. El doctor José Ángel Córdoba, quién no había tenido un papel protagónico en el gabinete de Felipe Calderón, asumió las riendas de la situación con entereza y resolución. En esta ocasión, el secretario de Salud ha pasado a ocupar un lugar entre decorativo y humillante. En la coyuntura actual por razones que tienen que ver, como explicó su jefe, con su falta de elocuencia, la función directiva recayó en un subsecretario. (2020, pp. 109-110)

Aunque lo señalado no necesariamente tendría que influir en el manejo de la información ante una situación de crisis y emergencia, sí es una herramienta importante el tener a un portavoz en cualquier conferencia de prensa que brinde una información clara y precisa para generar un escenario de tranquilidad ante la incertidumbre que genera en este caso una pandemia nivel global y que sería papel fundamental del Secretario de Salud.

Con un manejo de la información adecuada otorgada por el Gobierno, se puede transmitir un mensaje informativo que dé tranquilidad a los habitantes inmersos en una situación de riesgo, caso mayor ante una enfermedad que es desconocida e inminente a su contaminación. Sin embargo, ante las debilidades en las expresiones un país puede verse inmerso en contradicciones y desencadenar una catástrofe no solo en el manejo de crisis, sino también en la información que se difunda y los efectos que se generen consigo pueden crear pánico en la población. Es por ello que, “la ausencia del secretario y de otros voceros se ha cubierto con rumores y con una multiplicidad de informaciones fragmentarias y, en algunos casos, francamente falsas. Las polémicas con el subsecretario López-Gatell no se han podido contener a lo largo de la crisis.” (Curzio & Gutiérrez, 2020, p. 110) Se puede afirmar entonces que en el manejo de crisis es fundamental el papel de respuesta que tenga por parte del gobierno para comunicarse con sus gobernados, y así lo sostienen las investigadoras Pérez Floriano y París Pombo:

El liderazgo político puede verse reforzado o al contrario, debilitado, a raíz de la respuesta que den los líderes y gobernantes en una situación de crisis.

Fundamentalmente, éste depende de la capacidad que tendrán los gobernantes para responder rápidamente, implementar eficazmente medidas de contención y control, comunicar acertadamente la información a los habitantes más afectados, y posteriormente, emprender un plan de recuperación y apoyo a los sectores económicos y sociales dañados por la crisis. Sabemos que las emergencias mal gestionadas llevan a catástrofes donde se pierden muchas vidas, se generan desastres económicos y consecuentemente, se derrumba la legitimidad de los gobiernos, como lo demuestran los casos del huracán Katrina, en Nueva Orleans durante el año 2005 y del accidente industrial de la mina Pasta de Conchos en México, en 2006. (Pombo, s.f., s.p.)

Con la visoria llegada de los contagios al territorio de México y con la figura titular del Dr. Hugo López-Gatell como operador técnico principal al frente de la crisis que se aproximaba, se iniciaron con los trabajos en conferencias de prensa para dar las primeras informaciones que se tenían en torno a la enfermedad, fue así que se dieron a conocer las 3 fases que albergaría la pandemia en México por Covid-19; entrando en la primera de estas el 28 de febrero día en que el Dr. Hugo López confirmó el primer caso de coronavirus en México en un hombre de 36 años de edad con antecedentes de viaje a Italia. De modo que la primera fase consistía en la importación del virus, es decir, las personas que enfermaron en viajes al extranjero y a su regreso a México presentaron síntomas, se adentraba en esta fase. Sin embargo, no tardó mucho para que los contagios en el territorio nacional fueran en aumento y dando el primer contagio local en el Estado de Querétaro el día 11 de marzo del año 2020, hasta la misma fecha el Gobierno no había manifestado aún medidas de prevención o contención frente al virus, inclusive seguían desarrollándose eventos masivos como el Festival Vive Latino en la Ciudad de México.

La segunda fase de la contingencia en México entró en marcha el día 24 de marzo, así dada a conocer por el Dr. Hugo López Gatell se informó en conferencia de prensa las medidas que se implementan con el propósito de mitigar el contagio

del virus, las cuales consisten en: el distanciamiento social; así como el saludo de mano, beso y abrazo, medidas de higiene básicas como el lavado de manos, el estornudo de etiqueta que indica llevarse el brazo a boca y nariz para contener el espasmo, la suspensión de actividades no esenciales así como toda actividad escolar, la implementación de filtros sanitarios en la entrada de inmuebles; como la colocación de tapetes con solución sanitizante y la toma de temperatura, también se indicó la suspensión de eventos masivos en espacios cerrados y abiertos, y por último la protección de y cuidado de grupos vulnerables que incluía a las personas de la tercera edad y/o con enfermedades crónicas, con esta fase se daba el inicio del confinamiento de la población para su protección.

Cabe destacar que en esta fase el Gobierno de la República presentó a “Susana Distancia” un personaje ilustrativo que representa a una superheroína con los brazos extendidos y envuelta en una burbuja con el que se recordaba a la población la separación que debe haber entre personas para evitar la propagación del virus. Así mismo en esta fase se da la escasez de materiales e insumos quirúrgicos como cubrebocas, alcohol y gel antibacterial en todo el país ante la compra excesiva de las personas con el fin de proteger boca y nariz.

La tercera y última fase dada a conocer por las autoridades mexicanas, incluía las mismas de la fase dos, pero con una vigilancia estricta en su cumplimiento, además de que durante esta fase se dio también el mayor número de casos y pico más alto de contagios, México presentó esta fase el 21 de abril del año 2020, en el que también se extendía la jornada de sana distancia y alargando el confinamiento en los hogares del país.

Durante el confinamiento la estrategia de comunicación empleada por el Gobierno fue duramente criticada por especialistas, organizaciones, empresarios y sobre todo por la población ante la información poco clara y llena de contradicciones, tal fue el caso de la COPARMEX (Confederación Patronal de la República Mexicana), quien la calificó como mala y errática; pronunciándose así:

La estrategia de comunicación del Gobierno Federal ha estado muy lejos de ser efectiva: clara, concisa, consistente y creíble. Ha sido todo lo contrario:

confusa. En una pandemia es normal que se genere una gran ansiedad entre la población, por lo que la estrategia de comunicación resulta vital en un plan de respuesta. Este plan debe evitar al máximo las discrepancias y contradicciones entre las autoridades, pues nada genera tanta confusión y temor entre la población como a un líder político que cuestiona en público a los expertos técnicos. Un ejemplo: el Dr. López Gatell afirma que debe usarse el cubrebocas y el Presidente no lo usa.

Desde el principio de la pandemia no ha habido mensajes claros ni sobre la gravedad de la amenaza ni sobre la respuesta del gobierno federal, abusando de explicaciones técnicas para oscurecer la exposición. Resulta evidente que las autoridades de salud han adoptado criterios políticos en sus decisiones.

Cuando los mensajes que emiten las autoridades son confusos y contradictorios, se pueden generar conductas de temor excesivo entre la población que pueden ser tan dañinas como el virus mismo. La pérdida de la credibilidad gubernamental crea un vacío informativo que se llena con rumores, prejuicios y desorientación. La misma Organización Mundial de la Salud (OMS) ha pedido al Gobierno de México que emita “mensajes coherentes” para luchar contra la pandemia. (COPARMEX, 2020, s.p.)

Derivado del confinamiento y en el intento de la búsqueda de información referente al suceso de la pandemia gran parte de la población encontró refugio, conocimiento y entretenimiento en las plataformas digitales un hecho que sin duda detonó un cúmulo de infoxicación entre los internautas.

2.2. La Comunicación por Internet

Como ya se mencionó en el primer capítulo la comunicación es una herramienta de suma importancia para la convivencia social del humano, pues de esta depende el desarrollo que tenga con su entorno. Aunque ha sido fuertemente

discutido sobre el origen del lenguaje, podemos fijar que ha ido evolucionando de la mano con el desarrollo humano, así algunos estudiosos opinan que los primeros sonidos guturales fueron expresados por el hombre llamado “homo sapiens”, claro que estamos hablando de la comunicación oral, a través de los siglos quedó establecido un modelo de comunicación eficaz para el entendimiento humano, en el que un emisor a través del habla fórmula o expresa una idea o un pensamiento al que se le denomina como mensaje y de la persona que lo escucha y recibe se le nombra receptor; este modelo de comunicación es el que nos puede resultar más familiar, es claro que también se ha ido perfeccionando sobre todo después de la revolución industrial en las que se acompañó la difusión del mensaje, a través de un canal, siendo la radio, la televisión y el cine como medios tradicionales de comunicación para este fin. Mientras que para la comunicación escrita quedaron las empresas periodísticas que a través de la impresión de diarios y revistas se multiplicaba el mensaje para el receptor de la comunicación. No podemos dejar de lado la profesionalización de los emisores de mensajes, en las que periodistas y comunicadores tienen la responsabilidad de informar a la audiencia sobre los hechos cotidianos que surgen en su entorno a través de la noticia, dando origen a la comunicación de masas.

Pero otro gran cambio que tuvo la comunicación fue con la invención y llegada de las nuevas tecnologías de comunicación y el internet, pues como ya se mencionó vinieron a dejar a un lado el tiempo y las distancias entre el emisor y el receptor, dando además la oportunidad de tener una retroalimentación instantánea al modelo de comunicación tradicional. Con lo anterior definitivamente la comunicación por internet ya había distanciado a las personas socialmente, pero al mismo tiempo los acercaba más a través de una pantalla de cristal.

Vivimos en la era digital, que para algunos inició con la llegada del internet, apenas en los albores de la cuarta revolución industrial, la cual ha traído muchos avances en diversos aspectos del quehacer humano, entre ellos la forma de socializar, de comunicarnos, de realizar transacciones comerciales

y bancarias, hasta la manera de informar y recibir las noticias. (Morales F. C., 2021, s.p.)

Es verdad que el internet ha modificado la vida diaria, la ha hecho más fácil y cómoda, pero para tener una mayor claridad se dará un poco de la historia acerca del surgimiento de internet, antes de ver el poder e impacto que ha tenido en la humanidad.

Antes del surgimiento del internet, existió el telégrafo al que se le consideró como el primer ejemplo de modelo de comunicación electrónica, el cual transmitía información de manera instantánea a través de los países y continentes, sin embargo, este no fue capaz de sobrevivir y fue sepultado en el cementerio de la tecnología.

El origen del internet está estrechamente vinculado al ámbito bélico. El nacimiento de esta invención tecnológica deviene de los tiempos de la segunda guerra mundial, y su evolución ha sido cronológicamente como se detalla a continuación:

En 1939, en un pueblo llamado Bletchley Park, a 80 kilómetros de Londres, se encontraba la Escuela Gubernamental de Códigos y Cifrados, cuyo objetivo era tratar de descifrar las instrucciones que las tropas de Hitler codificaban con la máquina Enigma. El ejército alemán se basó en una idea del ingeniero Arthur Scherbius, quien creó un artefacto de encriptación, pero que versaba sobre transacciones comerciales. Los métodos criptográficos de Enigma tuvieron su prueba de fuego en 1939, cuando la Wehrmacht invadió Polonia.

...En 1957, la Unión Soviética lanzó en órbita alrededor de la Tierra el primer satélite llamado Sputnik. Como respuesta, el gobierno americano creó una agencia en el Pentágono para realizar innovaciones tecnológicas que pudieran servir en el ramo militar. (Morales, 2018, pp. 52, 53)

Pero fue en 1969 cuando llega ARPANET, una red de ordenadores creada en el departamento de defensa de Estados Unidos durante la guerra fría para que las comunicaciones militares fueran menos vulnerables. En octubre de ese mismo año fue cuando se envía el primer mensaje de una computadora a otra, Charles Kline un estudiante de la Universidad de UCLA tecleo la palabra “LOGIN” y esta fue recibida por un profesor de Stanford llamado Kleinrock, al que solo le llegaron las vocales “O” e “I”.

Para 1970 el Newyorkino Ray Tomlinson, desarrolló un programa que permitía el envío de mensajes entre diferentes usuarios; consolidándose así las bases del correo electrónico.

El nacimiento del internet se enmarca para el año 1983, palabra que surge de Inter que es “entre” y net que es “red” lo que podría significar que estamos “entre red”.

Mientras que Ulrich Richter para definir ¿Qué es el internet?, en su libro el ciudadano digital cita a Nicholas Carr quien le define como:

“...una máquina diseñada para la recogida, transmisión y manipulación eficientes y automatizadas de información; y sus legiones de programadores pretenden encontrar el método óptimo –el algoritmo perfecto- para desempeñar los movimientos mentales de lo que se ha dado en describir como la tarea del conocimiento”.

Los componentes que sobresalen de esta definición son programadores y algoritmos, quien los domina, domina la red. Así ocurrió con los gigantes tecnológicos: Microsoft se volvió maestro en la programación y Google en los algoritmos.

El tema del algoritmo es toral en la era digital y debemos familiarizarnos con él. Un algoritmo es un conjunto de operaciones que describe detalladamente cada paso que nos lleva a un objetivo determinado. (2018, p. 57)

Dejando de lado la cronología de los inicios del internet que únicamente se mencionan para efectos de conocer un poco de su historia, se da pauta con el

impacto que ha tenido este en la vida humana, ya que sin duda ha cambiado radicalmente la existencia humana desde su aparición. Y es que como ya se hizo mención una de las ventajas que ofrece el internet es la cercanía que se tiene en la comunicación con otras personas, ya que lo que anteriormente solía usarse para entablar una comunicación con familiares y amigos era a través de los escritos en papel, esas cartas enviadas a través del correo postal en las que se esperaba con ansia la respuesta de la otra persona misma que podría tener una duración de días e incluso meses en obtenerse y que a través de la red la respuesta puede ser inmediata, e inclusive tener una retroalimentación en tiempo real para así establecer una conversación fluida.

Ni que decir acerca de la búsqueda sobre cualquier tipo de información de interés, pues basta para ingresar los textos en el buscador de preferencia y que solo con un “clic” se puede obtener todo un desplegado de múltiples páginas web, blogs, agencias informativas, tiendas en línea para realizar cualquier tipo de compra, etc., así el tiempo que antes era un limitante en la búsqueda de información, ahora es inmenso en la elección de opciones para estar informado.

Otra posibilidad que brinda el internet es fortalecer el derecho a la libertad de expresión, pues a través de los medios digitales se brinda la interconectividad, se goza de la libre manifestación de opiniones y de ideas; derecho humano que ya se reconocía pero que también migró para ser más abierto a través de internet.

Por último, y en consecuencia de la emergencia mundial que actualmente se vive por la propagación de virus de COVID-19, se ha explotado al máximo las facilidades que proporciona el internet, al no tener que estar presencialmente en el escenario que se tiene bajo una responsabilidad, pues a través de este y debido al confinamiento, se aprovechó el uso para conectarse al teletrabajo, la educación, al conocimiento y sobre todo también al entretenimiento. “La red produjo la sociedad de la información y se volvió el lugar de encuentro de todas las tecnologías básicas de la comunicación: audiovisuales, educativas, transmisión de textos, prensa digital, comercio digital, etcétera”. (Morales F. C., 2021, s.p.)

El poder que ha tenido el internet no solo ha tenido sus aciertos en la vida humana, también ha traído consigo ciertos aspectos negativos que han puesto en

duda la seguridad que existe en los diversos sitios de la red; pues al igual que en la vida presencial, en la virtualidad se cometen delitos como la piratería, la pornografía infantil, el robo de datos e identidad y un exceso de fraudes informáticos y sobre todo una desinformación digital ilimitada.

En la actualidad un gran porcentaje de la población navega en internet, y ningún sector ha quedado fuera de ser partícipe, incluso el poder político ha cambiado sus formas de actuar y de comunicarse por medio del internet, mismos que a la par han perdido la credibilidad al estar más expuestos dentro del medio de la virtualidad, no excluyendo de esto a los poderosos medios de comunicación tradicionales.

Según datos de Digital 2021 Global Overview Report arrojados en enero del año 2021, a casi un año de la pandemia mundial 4,660 millones de personas utilizan internet, este último año tuvo un incremento de 316 millones de personas en comparación al año anterior lo que supone que este crecimiento fue por razones del confinamiento y de cómo todas las actividades migraron a las nuevas tecnologías de comunicación.

Para el caso de México, según el 17° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2021 realizado por la Asociación de Internet MX, señaló que:

Al 2020 existen 84.1 millones de internautas en México, lo que representa 72.0% de la población de 6 años o más. Durante el 2020 y como consecuencia del confinamiento, los usuarios de internet tuvieron el mayor crecimiento observado en los últimos 5 años. (2021, s.p.)

Así también se informó que 9 de cada 10 usuarios se conectó a una red fija de internet, es decir que fue el hogar el principal punto de conexión. Además, también se informa que el 92% de los usuarios se conecta a través de su dispositivo móvil por ser el aparato tecnológico de mayor accesibilidad para las personas.

Dentro de las principales actividades que se realizan en línea se encuentran las de acceder a las redes sociales, la mensajería instantánea, enviar y recibir mails,

ver películas y series, escuchar música, utilizar mapas, realizar videoconferencias, leer, ver contenido relevante, tomar cursos en línea, realizar trámites, crear contenido en páginas, solicitar transporte, realizar operaciones bancarias, jugar en línea, y hasta la de encontrar pareja, conforme transcurren los años, el usuario va descubriendo las innumerables aplicaciones que le dan soporte a través del internet y que puede aprovechar en su beneficio mismas que van más allá de la comunicación.

2.2.1 Las redes sociales

Como ya se vio en el tema anterior en la actualidad gran parte de la comunicación del hombre se apoya en las nuevas tecnologías, tanto que se han modificados las formas de interacción, además hoy día la construcción de los mensajes son hipertextuales, es decir, estos van saltando de un sitio a otro y sin limitantes. La comunicación en las redes sociales no solo tiene una orientación intrapersonal, sino que además es grupal. Pero ¿Qué son las redes sociales?

Se define que el concepto de red viene a definirse como el conjunto de hilos que están unidos entre sí; o de un conjunto de contactos que están interconectados, pero para el jurista Ulrich Richter Morales...

En las redes sociales en línea nos podemos no solo interconectar, sino expresarnos, “brindan así la posibilidad a los usuarios registrados de mantener una red de contactos, crear y compartir todo tipo de contenido expresivo (ideas, textos, video, audio, imágenes) con la oportunidad de intercambiar puntos de vista e interactuar a partir de estos contenidos”.

Las redes sociales son el micrófono que antes no teníamos para expresar a cualquier persona –ya sea una autoridad, un político o simplemente un ciudadano- nuestra opinión sobre cualquier tópico. No hay duda, esta herramienta ha ido empoderando al ciudadano y constituye, a mi juicio, una

expresión genuina de la ciudadanía y de los colectivos ciudadanos. (2018, pp. 83, 84)

Mientras que de la opinión de Jorge Alberto Hidalgo en torno al tema se extrae lo siguiente:

Las redes sociales digitales son un lugar de encuentro e intercambio, un medio para comunicarse, no como factor de aislamiento sino para extender la permanencia, los vínculos e integraciones; ahí se miran a sí mismos en el otro imaginado, descubren un universo de complicidades.

Las jóvenes generaciones han integrado a tal grado las redes sociales digitales en su vida diaria que han modificado con ello convencionalismos sociales, nociones de privacidad, formas de construcción de identidad y sus interacciones sociales.

Las redes constituyen hoy un nuevo campo, un territorio de interacción entre los jóvenes, donde se posicionan como actores, circulan sus saberes e hibridan sus expresiones. (Flores, 2014, pp. 89, 90)

Son diversas las actividades que realiza el usuario en las redes sociales en México, entre las cuales se destaca, la búsqueda de personas para reencontrarse y conectarse con ellos; con sus seres queridos, pares generacionales, académicos y profesionales, reunir amistades, exploración de empleo, compartir intereses, inquietudes y motivaciones, investigación de información de su interés, entre muchas otras.

Son muchas las redes sociales que emergen en internet, pero la de mayor uso en México es la denominada Facebook, en ella cuentan historias, comparten momentos de su vida. "Es una puerta de entrada, un puente de conexión, un camino para llegar al otro". (2014, p. 97)

Según el portal Asociación de Internet Mx, en su estudio del año 2020 el mexicano dedica 8 horas y 57 minutos del día a navegar por internet y dedica el

89% de este tiempo a interactuar en sus redes sociales, lo cual indica que dedica un promedio de 8 horas al día a esta actividad. (2020, s.p.)

En el mismo estudio se especifica cuáles son las redes sociales de mayor uso en el país arrojando los siguientes resultados en orden de preferencia:

Facebook

Se mantiene como la red social más grande del mundo, además de que fue de las pioneras en el ramo pues surgió en el año 2004 de la visión de Mark Zuckerberg y con el paso del tiempo adquirió popularidad por los internautas que osan por subir imágenes acompañadas de texto en los que narran diversas actividades cotidianas, reuniones y eventos en los que se ve expuesta la vida privada.

“En ella muchos usuarios han descubierto que no se encuentran solos en el universo, que existen más de mil millones de usuarios con los que pueden compartir sus inquietudes e intereses.” (Flores, 2014, p. 97)

WhatsApp

Aunque esta aplicación en sus inicios más que una red social, era un mecanismo alternativo para enviar y recibir mensajes de texto, pero conforme fue exigiendo su demanda se convirtió en una red de comunicación masiva en la que se comparten fotos, video, audios, documentos e inclusive la zona geográfica en tiempo real, en años recientes también aplicó el subir historias efímeras con duración de 24 horas, además es una herramienta útil para el comercio y puedes comunicarte a través de ella en cualquier parte del mundo.

Instagram

Es una aplicación y red social que al igual que Facebook, permite postear imágenes y videos. Esta app es de origen estadounidense y es ahora propiedad de Meta, la cual fue lanzada el 06 de octubre del año 2010 y rápidamente se convirtió en la red favorita de los jóvenes, pues para el año 2014 ya contaba con más de 300 millones de usuarios. La característica que llama la atención de esta red social es que se basa en la cantidad de seguidores que tiene cada cuenta, por lo que es muy

utilizada por artistas, o personajes famosos, que son atractivos para la publicidad de las empresas, al igual que los ahora llamados “influencers”, que a través de estos buscan colocar sus marcas para atraer más ventas en su consumo, por esta razón es una red que busca más lo estético y banal en sus contenidos.

YouTube

Aunque se considera más un canal de vídeos, también cuenta con herramientas de interactividad que lo hacen formar parte de las redes sociales. Es un portal en dónde cualquier persona puede subir producciones audiovisuales, desde las más sencillas hasta las que pueden tener una gran producción; tiene una línea de libertad de expresión amplia, pues se puede hablar de cualquier tema sin ninguna censura y los internautas que accedan a ella pueden comentar, dar “likes” e incluso realizar donaciones monetarias para el contenido de su preferencia.

YouTube es de los portales que les permiten a sus usuarios monetizar su contenido, es decir, les paga cierta cantidad de dinero por las visualizaciones y suscripciones que puedan llegar a tener en sus respectivos canales. Fue fundada el 14 de febrero de 2005.

Twitter

Esta red social nace con el propósito de postear mensajes instantáneos con una extensión de tan solo 140 caracteres para conectarse de forma fácil y práctica con otras personas. “El 21 de marzo de 2006 se publicó el primer tuit por parte del director ejecutivo de la empresa Twitter, Jack Dorsey –el cual decía: “Just setting up my twttr” (“Configurando mi twttr”)”. (Morales, 2018, p. 100)

Actualmente muchos acontecimientos del país se dan a conocer a través de esta red social, ya que se presenta como la favorita de los líderes políticos asiduos de marcar por este medio su agenda política y que marca las tendencias mediáticas (de lo que más se habla al momento) a través del hashtag (#).

TikTok

Es la aplicación más joven de las ya mencionadas pues surgió apenas en el año 2016, su origen es chino y comenzó a volverse popular a partir del 2018. La red social TikTok consiste en subir videos cortos con duración mínima de 15 segundos y hasta 3 minutos, en las que los usuarios pueden hacer manipulación de los mismos, utilizando videos y audios ya realizados para generar nuevas parodias de los mismos. Es la favorita por niños, jóvenes y adultos que pueden ser atrapados fácilmente por el contenido que circula en ella.

A partir del confinamiento derivado de la pandemia por el virus SARS-CoV-2, la red sociodigital TikTok despuntó convirtiéndose en la que más creció en 2020 a escala mundial, ya que de 400 millones de usuarios pasó a mil millones, de acuerdo con datos de sus creadores. (Jornada, 2022, s.p.)

La influencia que tienen las redes sociales en la vida cotidiana ha sobrepasado todo, basta con volver a mencionar el tiempo dedicado a ellas; 8 horas al día, considerando que el día consta de 24 horas, refiere que estas se utilizan una tercera parte del día visualizando contenidos digitales, se ha caído así en las trampas de la tecnología, sin dejar de mencionar al algoritmo que tiene toda la información para poder ser usada a favor o en contra del usuario, y ni qué decir de la infoxicación que se puede obtener al final del día.

“Las redes sociales se han convertido en factor fundamental de nuestras sociedades contemporáneas. Su influencia es considerable en prácticamente todos los aspectos de la vida humana: social, político, económico, deportivo, religioso, etcétera.” (2014, p. 235)

También es cierto que la navegación en las redes sociales va tomando la individualización personal, genera un enfrentamiento ante la pérdida de identidad y valores éticos de la humanidad, es decir, las nuevas generaciones han dejado de lado la responsabilidad para sumergirse en el valor mediático que internet les da.

Se han dejado atrás las tardes de café y convivencia familiar, para adentrarse en una conversación virtual donde se evita la confrontación y el compromiso de escuchar y ser escuchados.

En la práctica de este fenómeno también trae consigo consecuencias por el abuso de consumo y acceso, así lo expresa Jorge Alberto Hidalgo:

Hoy el consumo mediático e hipermediático no sólo implica un proceso de cognición y socialización mediado por dispositivos, también conlleva algunos abusos en las prácticas de acceso y consumo, pérdida de intimidad, emisión de mensajes racistas e incitadores al delito, confusión entre la frontera de lo público y lo privado, promoción de conductas histriónicas, dependencia a la gratificación instantánea, poco control cognitivo, asilamiento, bajo rendimiento, desinterés por temas cotidianos y trastornos de conducta cuando se da un consumo abusivo. (Flores, 2014, p. 104)

Frente a estos problemas las redes sociales se han vuelto inmersas en uno de mayor relevancia que es la polarización de información y por consiguiente la desinformación y noticias falsas que circulan en todas las aplicaciones que brinda el internet, y es que, en el afán de los usuarios, generadores de contenidos, influencers y toda persona participe de las plataformas digitales en generar seguidores y visitas en sus canales, propician la desinformación. El objetivo de lo anterior es atrapar la atención del espectador, se conoce que el modelo de negocio de los medios de comunicación es vender publicidad a los anunciantes y para que esto sea atractivo para el consumidor debe generar un producto de información que le interese y convenga, por consiguiente, esta tarea en el internet es aún más fácil, pues la información que navega en la red, muchas veces puede ser confundible al no identificar si una nota es falsa o verdadera. El problema crece aún más cuando el algoritmo identifica que la tendencia del usuario se enfoca en las noticias falsas, por ende, sus recomendaciones de infodemia podrían estar siempre en primer lugar.

Un estudio del tecnológico de Massachusetts muestra que las noticias falsas en Twitter, viajan seis veces más rápido que las noticias reales. A escala social estas influyen en el comportamiento humano y cambian lo que millones de personas piensan y hacen. Es un sistema creado en redes sociales que favorece la información falsa, no porque se quisiera, sino porque la información falsa genera más dinero a las compañías, la verdad es aburrida. (Orlowski, 2020, s.p.)

2.2.2 Mensajes informativos en redes sociales

En el ámbito de la comunicación tradicional un mensaje informativo es aquel en el que se informa de forma clara, veraz, oportuna y objetiva sobre un hecho o acontecimiento que está sucediendo. Es el tipo de mensaje que es difundido a través de la prensa, la radio y la televisión. Los mensajes informativos eran contruidos después de la tarea de investigación realizada por el profesional de la comunicación para posteriormente darse a conocer a la audiencia. Sin embargo, ante las redes sociales esta tarea se encuentra en guerra, ya que la desinformación que abunda en redes sociales gana terreno a la información veraz.

La novedad de este nuevo sistema de comunicación es el papel “activo” que juegan las personas que entran en la red. Ya no se trata del consumidor pasivo que se encuentra frente a una estación de radio o un aparato de televisión, para escuchar y ver lo que los demás dicen; o de aquel que limita su conversación con la sola persona que se encuentra del otro lado del teléfono; sino que ahora se trata de un agente de comunicación activo, que participa en el instante mismo de los hechos mediante el envío y recepción: de textos, imágenes, fotos, o videos, ya sea a una o varias personas que se pueden encontrar del otro lado del mundo, pero que interactúan con él en esos momentos. (Flores, 2014, pp. 229, 230)

Y es que en la popularidad de ganar terreno, de tener un mayor número de seguidores en redes sociales, cada usuario tiene la libertad de compartir información que puede ser engañosa o no, pero que finalmente como ya se mencionó tiene la influencia en sus seguidores de poder modificar su conducta humana, mayor aún si se considera que este cuenta con credibilidad ante sus internautas, el problema se incrementa más aún cuando en la era digital se ha perdido la confianza en los medios de comunicación, en las instituciones públicas, en los líderes políticos, etcétera. Hoy en día cuesta mucho trabajo confiar; problema que las redes sociales ya habían causado a través del engaño y la mentira y que se acrecentó con la

pandemia por el covid-19 a través de la separación social y que causa la oportunidad para desinformar ante la enfermedad de la que hasta hace un año era totalmente desconocida.

Las redes sociales son una extraordinaria herramienta para construir un tejido ciudadano más sólido al hacer fluir más información y mayor pluralidad de puntos de vista. En comparación con los medios tradicionales, las redes permiten incorporar un abanico de puntos de vista mucho más amplio y enriquecedor. Frente al enorme alud de opiniones e informaciones que circulan por las redes, el gran reto es el de construir “credibilidad” respecto de cada uno de los usuarios, así como derrotar al “odio anónimo” que tanto vuelo ha tomado gracias a Internet. Se trata del odio que proyectan individuos que hacen del insulto su modus vivendi y que suelen esconderse tras el anonimato. Tales sujetos potencian las actitudes vejatorias, por encima de la aportación de las ideas. Lo mejor es ignorarlos. Esa es su derrota. (Carbonell, 2016, p. 20)

Ante la llegada del Covid-19 al territorio mexicano y el confinamiento que puso en marcha el Gobierno Federal para poder contener el número de contagios, las personas se refugiaron en el hogar y en las redes sociales, generando al mismo tiempo una multiplicidad de datos y mensajes de información que plagaron las redes sociales con mucha información falsa, que derivó en crear pánico, miedo, e incertidumbre en la sociedad mexicana. Más aún cuando la información era comparativa mundialmente y replicada en instantes de segundos, terreno que ganaba a los periodistas para hacer frente con información veraz y que en ocasiones ellos mismos caían en la trampa y replicaban alguna información falsa.

Las redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp se vieron plagadas con fuentes de información falsas y rumores en las que se afirmaba que el coronavirus no existía, que era un engaño propiciado por el gobierno, o que las antenas 5G propagaban el virus, circulaban videos engañosos con recomendaciones de remedios para curar el virus, truqueaban videos cortos de

películas de ficción afirmando que eran reales, se evitaba la toma de temperatura en los supermercados porque se afirmaba que mataba las neuronas; entre muchas otras que generaban miedo y agudizaba la crisis de confianza entre ciudadanos e instituciones.

Así en México la desinformación por el coronavirus generó diversas consecuencias sociales muy graves; alejó a los pacientes de los hospitales, provocó ataques y agresiones al personal de salud e incluso elevó los trastornos de ansiedad que obligó a muchas personas a tomar seudos remedios peligrosos para su salud. Tras estos señalamientos en torno a la pandemia se dio cabida a la infodemia.

Pero el problema de la desinformación a través de los mensajes que rodean las redes sociales no es el único, en estas mismas han surgido grupos en los que se invade de fenómenos sociológicos que resultan un grave riesgo y un problema mayúsculo para las nuevas generaciones como lo son “anti-vacunas”, hay que precisar que estos grupos de bloque en el caso de México surgen derivadas por cuestiones ideológicas de política y religión. Así lo manifiestan a través de las plataformas digitales con señalamientos que indican que las vacunas para inmunizar la enfermedad covid-19, solo son teorías conspirativas como las virales en Facebook o grupos en WhatsApp que dicen que las vacunas son un complot para exterminar a la humanidad, o que son hechas con inhumanos procedimientos en los que utilizan fetos, hasta la idea más popular que indica que mediante la vacuna te realizan una implantación de chip para tenerte controlado.

Además, el hecho de que la vacuna se desarrollara en tiempo record sembró rechazo. En México el grupo “Médicos por la verdad” es el movimiento antivacunas más fuerte. Tienen una ideología de derecha que mezclan con su resistencia a la vacunación y difunden desinformación sobre la COVID-19 con una apariencia de discurso científico. (Castillo, 2021, s.p.)

Estos movimientos anti-vacunas se agudizan cuando el mensaje informativo del mismo es replicado por algún personaje popular que se manifiesta a favor de las “no vacunas”, siendo influencers, famosos, que tienen en su espacio de audiencia

a cientos de miles de seguidores que son partícipes del mensaje a través de redes sociales y que pueden ser usuarios influenciados a tomar la decisión de vacunarse.

2.3 Efectos de la infodemia en México

Mientras el territorio mexicano era azotado por la pandemia y el aislamiento era un recurso inminente con el fin de mitigar la propagación de contagios, los mensajes de información referentes a la enfermedad invadían instantáneamente y en cantidades estratosféricas las redes sociales como un hecho inusitado ante los ojos de una sociedad en busca de salvaguardar su vida e integridad por medio de la información. Ante la zozobra, el temor y la ansiedad en los mexicanos se comenzaron a reflejar los primeros efectos sociales y psicosociales de la pandemia.

Los supermercados comenzaron a verse demandados con multitudes de personas con las compras de pánico y sentirse protegidos con la adquisición de productos de primera necesidad tales como alimentos, productos de limpieza, desinfección e higiene, produciendo un desabasto de estos últimos y triplicando incluso su valor económico derivado de la demanda en su compra.

Sin embargo, la información circulante en redes sociales no solo ocasionó el desabasto de insumos de higiene personal como medida de protección ante los contagios, sino que vino a despertar un alza de reacciones de violencia dentro de ciertos círculos sociales inmersos en una infoxicación y abismados de la infodemia que a la par de la falta de conocimiento dieron paso a la discriminación y agresiones a los profesionales de la salud.

El temor y la ansiedad con respecto a una enfermedad pueden dar lugar al estigma social, es decir creencias y actitudes negativas hacia determinado grupo de personas, según los reportes sobre este tema de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos.

El estigma surgido en la pandemia está asociado a la falta de conocimiento acerca de cómo se propaga el COVID-19, la necesidad de culpar a alguien,

el temor a esta enfermedad y a la muerte, y a las especulaciones que fomentan mitos. En el caso de México estos factores han generado situaciones de discriminación contra el personal de salud a los que se acusa, sin ningún fundamento, de ser agentes de transmisión del virus. (Bermejo, 2020, s.p.)

Según el sitio web “Salud con Lupa” al mes de julio del año 2020, a tan solo 4 meses del inicio de la pandemia, alrededor de 200 médicos, enfermeras, enfermeros, directivos de hospitales y personal de limpieza habían recibido un tipo de ataque por la estigmatización asociada al virus en México. En el referido portal se encuentran algunos relatos de agresiones de las que ha sido objetos, entre las que se destacan golpes, insultos, amenazas de muerte, baños de cloro, arrojados de café hirviendo, se les ha impedido el uso de transporte, el ingreso a comercios e inclusive utilizar los elevadores de los mismos edificios que habitan.

Cabe resaltar que un porcentaje importante del personal de salud que atendía la enfermedad durante los primeros meses de la pandemia tomó la decisión de no acudir a las burbujas familiares con el propósito no ocasionar una infección en los núcleos familiares, optando por la permanencia y residencia en los mismos hospitales o rentando casas habitaciones entre los mismos grupos de atención de primera línea covid; protegiendo con ello la salud de sus familiares, mientras quedando vulnerables a la violencia por otros; sin dejar de mencionarse la batalla extenuante contra el covid-2019.

“La gente desconoce que nuestro uniforme blanco no es el mismo que usamos dentro del hospital”, precisa Ligia Kantun, enfermera de 59 años que trabaja en el Hospital General No.46 del IMSS en Umán, Yucatán, y a quien el 8 de abril un automovilista le arrojó café caliente en la espalda.

Un total de 82 agresiones contra el personal médico y estudiantes de medicina en 30 de los 32 estados del país ha sido reportado ante el Conapred del 19 de marzo al 15 de junio. (Bermejo, 2020, s.p.)

En la comunidad de Ahuirán del municipio de Paracho en Michoacán, una familia de médicos tuvo que huir del pueblo; ya que fueron golpeados por un grupo de entre 15 y 20 indígenas, mismos que acusaban al médico Salvador Jasso de haberle inyectado la sustancia del virus COVID para provocar su muerte. Este hecho tomó relevancia en redes sociales y medios de comunicación al exponer el caso de la agresión el hijo del médico que también ejerce la misma profesión y quién también fue severamente golpeado. En el video viral expuso: “El mismo día de hoy en la mañana le llevaron el enfermo, que no estaba saturando oxigenación, traía neumonía atípica, él (su padre médico) lo único que hizo fue inyectar dexametasona que es para desinflamar y remitir al hospital”, (Nmas, 2020, s.p.) sin embargo, al parecer los familiares no acataron la indicación y se lo llevaron a su domicilio falleciendo horas después y atribuyendo este hecho al médico Jasso.

Han sido diversos los casos de ataques al personal de salud en diversos puntos de la República Mexicana; sin embargo, la infodemia y en muchos de estos casos se ha expuesto la ignorancia de la sociedad que junto al temor de contagio incluso se ha llegado a otro tipo de ataques como la quema de hospitales destinados a la atención de pacientes con COVID-19 en municipios de estados como Chiapas y Monterrey en donde grupos de pobladores se organizan para realizar estos actos vandálicos con el propósito de no acercar el virus a sus congregados, impidiendo hasta el acceso a los territorios a las brigadas de salud que realizan la promoción y prevención a la pandemia.

Por presunto miedo o incertidumbre, este lunes un grupo de personas quemaron un hospital del municipio rural de Sabinas Hidalgo, Nuevo León, esto debido a que el lugar iba a ser cedido al Ejército para recibir a pacientes contagiados del conocido coronavirus COVID-19. (Notimex, 2020, s.p.)

En otros casos de infodemia se llegó a impedir por medio de agresiones a personal de protección civil y ayuntamientos la fumigación como medida de prevención al mosquito del dengue, mismo que a la par de la enfermedad del coronavirus tomó relevancia en distintos puntos del país en la temporada de lluvias

del año 2020, y en el que se regó la falsa información que en lugar de expandir la sustancia paralizadora del mosquito se estaba propagando el SARS-CoV-2.

Autoridades locales acusan que hay una campaña para desinformar sobre las acciones que están tomando para frenar enfermedades infecciosas, y que los mensajes falsos y alarmistas están generando hechos violentos y boicoteando campañas sanitarias.

La gente está recibiendo mensajes asegurando que el gobierno, en las fumigaciones que se hacen año con año en la zona al empezar la temporada de lluvias, en lugar de esparcir químicos contra los mosquitos causantes de dengue o zika está dispersando el virus que causa el COVID-19.

Otros mensajes señalan que el nuevo coronavirus no existe o que fue el gobierno el que lo “inventó”. Hay, además, otro gran rumor, en los hospitales el personal de salud no está ayudando a las personas a sanar, las está matando. (Animal Político, 2020, s.p.)

Así, fueron sumándose la infodemia que corría velozmente por los medios digitales, y del mismo modo el temor y pánico circulaba de voz en voz hasta en aquellas zonas rurales que aún se encuentran dentro de la brecha digital, pero que son objeto de la comunicación de boca en boca. Es claro que los mensajes circulantes plagados de medias verdades o de mentira absoluta tiene su origen dentro del internet; sin embargo, estos tenían extensión dentro de los grupos de WhatsApp, o formaban parte de las burbujas familiares en pleno confinamiento.

Se desencadenaban frecuentemente dentro de los medios de comunicación noticias consecuenciales de las ideologías y creencias de personas cuyo fin repercute en toda una sociedad; como incluso el suicidio de un paciente del IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) en la Ciudad de México, quien decidió terminar con su vida arrojándose desde la ventana de un quinto piso, asumiéndose que derivado del miedo de estar contagiado tomó esa decisión.

Otras noticias falsas corrieron dentro del primer año de la pandemia y es que una vez levantas algunas de las restricciones para asistir a lugares públicos, se optó

por permitirse el ingreso, tomándose la temperatura corporal por medio de termómetros digitales en forma de pistolas, esta medida no quedó fuera de la infodemia, ya que por medio de mensajes se compartía la falsa información que está a través de su láser infrarrojo "para medir su temperatura se asemeja a "realizar rayos X" y puede desencadenar en la muerte de neuronas, lo que causaría "problemas en el sistema nervioso". (2020, s.p.)

Esta información fue desmentida por la Administración de Medicamentos y Alimentos de Estados Unidos (FDA) en la que se explicó que los termómetros infrarrojos no causan ningún daño, ni ningún tipo de enfermedad en el cuerpo, ya que se asegura no se desprende ningún tipo de radiación.

Estos aparatos son capaces de brindar una medida exacta y rápida de la temperatura, lo que permite identificar a las personas con fiebre. Por eso, la FDA sugiere su uso en los procesos de reapertura comercial tras el confinamiento por la pandemia con el fin de reconocer uno de los síntomas del COVID-19, no entrar en contacto con las personas y evitar la expansión del virus. (Salud con Lupa, 2020, s.p.)

El tema de la vacunación fue otro episodio atestado de infodemias en redes sociales en el año 2021; segundo año de la pandemia por COVID-19, se dieron desde falsos registros para acudir y recibir la vacunación hasta sitios de internet donde se aseguraba la venta de la vacuna. Pero uno de los rumores que acaparó grandes esferas mediáticas fue en el que se aseguraba que a través de la inoculación contra el coronavirus se estaría insertando un chip con el cual el gobierno tendría el control poblacional, hecho que fue totalmente desmentido por las autoridades de salud en México.

CAPÍTULO III. LA RESPONSABILIDAD DE LA CRISIS DE INFORMACIÓN

3.1. La responsabilidad de la información en México durante la pandemia.

El valor de la responsabilidad se inculca en la sociedad mexicana desde el seno familiar, desde la infancia, se infunde como una responsabilidad acudir a la escuela, realizar las tareas, acudir al centro laboral, etc., es decir, se manifiesta a la Cumplimiento a nuestras obligaciones y ser cuidadoso en la toma de decisiones; con una mayor responsabilidad, sí éstas causarán efecto en los demás. Se afirma entonces que la responsabilidad es un valor y una práctica ética que impacta en la vida familiar, académica, laboral y social.

“En el derecho, la responsabilidad se refiere a la obligación legal de responder por los daños que una acción genera en los demás, siempre en los términos establecidos en la ley para cada caso.” (2022, s.p.)

Para ejemplificar un hecho de responsabilidad que se enfoque con el trabajo de investigación, se puede referir a que las personas que se contagian de alguna enfermedad, tienen la obligatoriedad de quedarse en resguardo y tomar las medidas precautorias para evitar contagiar a otros, esta medida de responsabilidad fue promovida con el confinamiento para evitar una saturación de hospitales con el coronavirus.

Por otro lado, y como se estableció ya en el capítulo anterior en tema del Derecho de la información, el Gobierno de México es el responsable de encaminar las políticas del acceso a la información y uno de ellas es la de informar a la sociedad con ética y responsabilidad frente a una crisis catastrófica como es la de una pandemia, aunque propiamente no es el único sujeto responsable en el manejo de la información como se verá más adelante, sí es la autoridad garante de este derecho.

Hasta hace apenas un par de décadas la gran responsabilidad de la información recaía en los hacedores de la comunicación y de las grandes empresas protagonistas de esta, la carrera del periodismo era el camino para titularse como tal y ejercer la investigación periodística para finalmente difundirse por las grandes

imprentas de México y enterar a la sociedad de las noticias relevantes del día, lo mismo se ejercía con la certificación de los locutores en México para poder tener al mando un micrófono y expresar el acontecer político, económico, social, etc., a través de las cadenas radiofónicas. Aunque no siempre fue una exigencia la profesionalización de esta carrera, sí se exigía una responsabilidad íntegra al momento de informar por las personas que se dedicaban a este quehacer como generadores de información; mismos que con el paso del tiempo y con el registro de profesiones como el Periodismo y las Ciencias de la Comunicación se enlistaban para poder contar con su cédula correspondiente y formar parte de las grandes empresas de comunicación existentes. Pero debido a que la comunicación ha ido en constante evolución y que la sociedad misma ha ido cambiando gracias a las nuevas tecnologías de la información, el gremio de la comunicación se enfrenta a una labor y a una responsabilidad cada vez mayor al momento de informar, sobre todo porque van contra la desinformación persistente que existe en las plataformas de interacción social y que además se vino a acrecentar con el arribo de la pandemia en 2020.

Vivimos en una era en la que la información es considerada un bien sumamente valioso para tomar mejores decisiones. La sociedad exige que las empresas de medios de comunicación y los agentes que participan en el proceso de comunicar, sean considerados interlocutores válidos que ven por legítimas demandas de la ciudadanía, debiéndose tomar en cuenta al momento de generar información que les afecta. Esto conlleva que la actividad de informar sea considerada una función pública, por su impacto, beneficios, riesgos e implicaciones que trae consigo el ejercicio profesional de comunicar. (Parra, 2019, s.p.)

De lo anterior, se destaca la importancia de la preparación de los agentes de la comunicación, ya que la investigación de la noticia depende en gran medida del impacto que se tendrá en quien recibe la información. Se sabe que hoy en día por las redes sociales surgen infinidad de noticias y hechos que se comparten

instantáneamente, volviéndose virales según el impacto que de ellas emanan y en muchas ocasiones sin tener un contexto real de lo sucedido, provocándose por la inmediatez de la noticia un caos y una crisis de la información que como se ha visto, muchos medios de comunicación han caído en la trampa de la desinformación por no tener una responsabilidad al informar y tomar como fuente la información de cualquier persona bajo un perfil del *social media*.

La obligación de brindar información legítima es una responsabilidad de cualquier individuo que se dedique a la comunicación, estando sujetos a una obligatoriedad moral de procurar y respetar la información que brindan, evitando la influencia de ideologías, creencias o interés particulares que pudieran acentuar o atenuar lo que comparten. El derecho a la información no es propiedad ni del comunicador, ni de la empresa de medios, sino de los ciudadanos, y por ello, la objetividad de la información que se brinda resulta ser una de las mayores responsabilidades que tienen este tipo de organizaciones y profesionistas (Cortina, Martínez y Siurana 2005).

Además de su función informativa, los medios de comunicación influyen en gran medida en el proceso de adquisición de conocimientos de la realidad. Por ello, la información que comparten no debe tomarse a la ligera; debe ser clara, concisa, puntual, relevante, precisa y completa. Cuando se produce información que no se apega a estos atributos, tanto la empresa dueña del medio de comunicación como el comunicador mismo, son corresponsables de las consecuencias negativas que pudiera generar en los consumidores directos que son los lectores, e incluso en la percepción social del hecho en cuestión. (Parra, 2019, s.p.)

En este punto es importante hacer mención que el ciudadano común con la interacción en las redes sociales se vuelve un sujeto generador de información que bajo el derecho de la libertad de expresión evade su responsabilidad al compartir cualquier tipo de información que le llega de sitios que no necesariamente viene de

los medios de comunicación, y que como ya se ha comentado, la pesquisa que comparte tiene repercusión e impacto en la misma comunidad participe del internet.

En este contexto se comparte la siguiente expresión que sostiene la importancia de la comunicación social en un escenario de alarma:

El mundo de la comunicación social, en cambio, tiene diversa organización, objetivos, propósitos, códigos de ética, fines y dinámicas. En la urgencia por informar a la comunidad, con diferentes niveles de escolaridad y comprensión, en la que pueden influir las redes sociales, existe una tensión permanente entre el tiempo disponible para conocer los hechos noticiosos, la comprobación de su veracidad en tiempo de las denominadas fake news (noticias con descripciones falsas que buscan manipular a la audiencia) – escenario favorable para generar información interesada– y el acceso rápido a las fuentes de mejor calidad.

Esto suele ocurrir en comunicadores no experimentados, sin conocimiento suficiente del hecho a cubrir, o con escaso entrenamiento en la comunicación de situaciones de crisis, que optan por pasar por alto sesgos o intereses involucrados por “la primicia”, facilitando la transformación de los códigos científicos en situaciones cotidianas, con el riesgo de afectar con mayor o menor intensidad a los ciudadanos. (Duro, Sotomayor, & Czubaj, 2018, p. 5)

En una situación de emergencia como la que actualmente se vive es vital la responsabilidad en el manejo de la información y de todos los que advierten en ella, así los medios de comunicación y periodistas tienen la obligación de consultar fuentes oficiales como la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Panamericana de la Salud (OPS), o bien la Secretaría de Salud (SSA) en México quien es la institución del Gobierno Mexicano de comunicar con información veraz y oportuna, mientras que al ciudadano le corresponde no caer en el juego de las especulaciones y evitar ser víctima de la viralidad de la desinformación.

3.1.1 La Secretaría de Salud

Como se conoce, la Secretaría de Salud (SSA) es una dependencia del poder ejecutivo cuya función principal es la prevención de enfermedades y destacar la promoción de la salud de la población en México.

Dentro de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal se faculta a la Secretaría de Salud:

Elaborar y conducir la política nacional en materia de asistencia social, servicios médicos, servicios médicos gratuitos universales y salubridad general, con excepción de lo relativo al saneamiento del ambiente; y coordinar los programas de servicios a la salud de la Administración Pública Federal, así como los agrupamientos por funciones y programas afines que, en su caso, se determinen. (2022, p. 47)

Así también, en la fracción VI del artículo 39 de la Ley en mención se ordena a la SSA:

Planear, normar, coordinar y evaluar el Sistema Nacional de Salud y proveer la adecuada participación de las dependencias y entidades públicas que presten servicios de salud, a fin de asegurar el cumplimiento del derecho a la protección de la salud. Asimismo, propiciará y coordinará la participación de los sectores social y privado en dicho sistema y determinará las políticas y acciones de concertación entre los diferentes subsistemas del sector público. (2022, p. 47)

Cabe mencionar que la Secretaría de Salud dentro de su marco jurídico cuenta con una Ley General de Salud en la que se detalla el actuar y conducción de sus funciones en pro de la salud y bienestar de la población mexicana y que en aras de una situación grave de salubridad se mencionan las acciones de prevención

a realizar para su atención quedándose fijas en su título décimo las mismas; destacando el artículo 181 que señala:

En caso de epidemia de carácter grave, peligro de invasión de enfermedades transmisibles, situaciones de emergencia o catástrofe que afecten al país, la Secretaría de Salud dictará inmediatamente las medidas indispensables para prevenir y combatir los daños a la salud, a reserva de que tales medidas sean después sancionadas por el Presidente de la República. (2022, p. 84)

Dentro del “capítulo único” de la ordenanza se reitera que la acción extraordinaria en materia de salubridad general producto de una situación de riesgo será conducida por la Secretaría de Salud, quién además deberá integrar y mantener brigadas especiales capacitadas, que actuarán bajo su responsabilidad; lo anterior, quizá puede resultar algo inmediato conocido, ya que durante las fases de la pandemia en México la SSA estableció brigadas de información para la prevención del COVID-19, así también generó el programa “Operativo Correccaminos” cuya estrategia informativa contiene el plan nacional de operatividad de vacunación contra el SARS-CoV-2 cumpliéndose así con el mandato de ley.

Entre otras indicaciones que también se ordenan es el dictar medidas sanitarias en temas de reuniones de personas, entradas y salidas de regiones y poblaciones, así como la implementación de medidas de higiene que deben seguirse, las cuales también forman parte del campo de acción en la pandemia global que actualmente se vive.

Toda la información que se fue generando con los primeros casos de contagio, así como las previsiones, restricciones y medidas a tomar para hacer frente al virus que se acercaba gradualmente a México corrió a cargo de la Secretaría de Salud, lo que sorprendió a los medios de comunicación fue que el portavoz de la comunicación ante la audiencia no estuvo a cargo del Dr. Jorge Alcocer Varela siendo este el titular y responsable de la dependencia, se otorga la responsabilidad de la información al Subsecretario de Promoción y Prevención de

la Salud, el Dr. Hugo Lopez-Gatell Ramírez quién figuró y acaparó toda atención mediática respecto al tema con una responsabilidad titánica.

Siguiendo con el marco normativo que rige a la Secretaría de Salud, se puede encontrar en su reglamento interior, las atribuciones que le corresponden a la Dirección General de Comunicación Social, mismas que se fijan en el artículo 19 del documento, y entre las cuales se pueden destacar las siguientes:

Mantener informada a la población sobre el desarrollo de los programas de la Secretaría y contribuir a la difusión homogénea de las actividades del Sector Salud, de conformidad con las disposiciones que emita la Secretaría de Gobernación en materia de comunicación social;

Evaluar la información que se recopila para su difusión en los medios masivos de comunicación sobre la Secretaría, el Sector y sobre materia de salud en general;

Dar respuesta a las necesidades de comunicación de la Secretaría con los distintos grupos y núcleos de la población que así lo demanden;

Participar en las actividades de difusión con otras entidades del Gobierno Federal, en programas conjuntos, así como en situaciones de emergencia causadas por los eventos naturales. (2004, p. 33)

De acuerdo a las competencias que se mencionan en la cita anterior como parte de la unidad administrativa de la Secretaría se da por entendido que es la Dirección General de Comunicación Social la responsable de informar, evaluar, participar y dar respuesta a todo lo que se refiere en materia de Salud, por tanto, se puede suponer que dentro del plan de comunicación emergente ante la pandemia se designó como vocero de la pandemia al Dr. Hugo López-Gatell, siguiendo como Guía de la Organización Mundial de la Salud para la comunicación sobre las epidemias una figura eficaz y digna de confianza al momento de comunicar.

El vocero principal comunicará el hecho de que el municipio está respondiendo a la crisis, pero no se excederá en su capacidad de tranquilizar

al público. Esperará ser criticado, dará seguimiento a los asuntos, dirá la verdad y hablará con compasión y empatía. El vocero se esforzará para desarrollar relaciones de cooperación con los representantes de los medios y así poder trabajar en equipo para abordar las necesidades y preocupaciones de información pública. Esa persona entenderá el propósito de los mensajes clave o de las recomendaciones para el público y transmitirá confianza y credibilidad. (Organización Panamericana de la Salud, 2009, s.p.)

El Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, ocupó el mismo escenario en el que el Presidente de la República realiza todas las mañanas su ejercicio de comunicación en el que informa su agenda política, mientras que el Dr. López-Gatell en principio informaba los avances en materia de salud los días martes en “la mañanera” con el espacio denominado “el pulso de la salud”, pero una vez que la pandemia demandaba la información entorno a esta, se le abrió un espacio con una duración de una hora, mismo que se transmitía de las 19:00 a las 20:00 hrs., a través de redes sociales llamándose al mismo como: “Conferencia de prensa #COVID” dando un informe diario del avance de la pandemia en México.

En aras de conocer algunos datos que dieran arquitectura al presente trabajo de investigación bajo este argumento, se utilizó la herramienta a la que todo ciudadano tiene derecho; una solicitud de acceso a la información pública a través de la plataforma nacional de transparencia. La misma quedó registrada con el número de folio: 330026921000923, con fecha de recepción del 29 de octubre del año 2021 a la institución: Secretaria de Salud (SSA) Federal, misma que después de interponer una prórroga el 30 de noviembre del mismo año, otorgó la disponibilidad de la información el día 14 de diciembre del año 2021 a través de la Unidad de Transparencia. En el documento cedido se expresa lo siguiente:

Sobre el particular, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 121 y 133 al 136 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 39 de la

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; en el artículo 10, 19 y 28 del Reglamento Interno de la Secretaría de Salud, le informo que la solicitud fue turnada a la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud; Dirección General de Comunicación Social; y a la Dirección General de Promoción de la Salud; mismas que en el ámbito de su competencia, dieron respuesta en los términos de los oficios que se anexan.(Véase Anexo 1, p.125)

Se establece también que la información brindada sobrepasa el límite permitido por la Plataforma Nacional de Transparencia y se condiciona un pago de \$10 pesos por la unidad de disco magnético con el contenido más envío del mismo a razón del solicitante para realizar la entrega de información.

Una vez realizado el procedimiento señalado, se hizo entrega del disco compacto en la Unidad de Transparencia de la Secretaría de Salud ubicada en el domicilio Av. Marina Nacional No. 60, Planta Baja, Col. Tacuba, D. T. Miguel Hidalgo, Ciudad de México, el día 03 de mayo del año 2022.

La solicitud de información realizada mediante el mecanismo de Ley, fue con el propósito de conocerse de forma clara y directa las acciones de la institución responsable de afrontar la pandemia en México y ante la negativa y nula respuesta de acceder a alguna de las conferencias que presidía el Dr. López-Gatell o bien de la autoridad máxima política de México, por tanto, se optó por el ejercicio de este derecho constitucional.

En dicha solicitud se cuestionó 4 preguntas clave para la investigación conducente de esta investigación, mismas que se enumeran a continuación:

1.- ¿Qué campaña de comunicación social, publicidad oficial y/o comunicación empleó la secretaría de salud para informar sobre la pandemia de SARS-CoV-2 ante la llegada al territorio mexicano?

2.- ¿El gasto ejercido en comunicación social y/o publicidad oficial para informar sobre la pandemia COVID-19?

3.- El plan de comunicación social que empleó la Secretaría de Salud acerca de la pandemia COVID-19, así como todos los medios de comunicación que utilizó para informar sobre el mismo.

4.- Si la Secretaría de Salud, elaboró alguna campaña de comunicación para hacer frente a la denominada infodemia en medios de comunicación digital, de ser asertiva ¿En qué consistió? ¿Cómo se manejó?, y ¿A través de qué medios de información y comunicación se difundió?

Aunque la última pregunta se contempla como parte fundamental de la tesis, tampoco se descartan los cuestionamientos en las primeras posiciones.

En cuanto a las respuestas, se tiene que la Dirección General de Promoción de la Salud declaró la inexistencia de información en las cuatro interrogantes luego de una búsqueda exhaustiva y minuciosa de la información, no obstante, se comunicó en la pregunta número uno que dicha área solo participó en el desarrollo de implementación de intervenciones de promoción de la salud para la mitigación y control de riesgos como:

Desarrollo de contenidos y materiales sobre las medidas sobre las medidas de prevención de la enfermedad, identificación de síntomas, atención médica, mitos y realidades de COVID-19, entre otros, con el fin de informar a la población sobre los riesgos a los que está expuesta y las medidas existentes, que les permita participar en su mitigación y/o prevención.

Diseño e implementación de la Estrategia de Comunicación de Riesgos, mediante diversos mecanismos para orientar e informar a la población, con el fin de crear un llamado a la acción para la mitigación y control de los contagios del SARS-CoV-2 (COVID-19).

Elaboración del componente de comunicación de riesgos para la vacunación contra COVID-19 en la Política nacional rectora de vacunación contra el

SARS-CoV-2 para la prevención de la COVID-19 en México. (Véase Anexo 2, pp. 127, 128)

La Información anterior se elaboró por la Lic. Olga Lidia Espinoza Arias, revisada y autorizada por la Lic. Rocío Gabriela García Magos, quien funge como el Enlace de Transparencia para la atención a las solicitudes de información de la Dirección General de Promoción de la Salud, bajo el oficio DGPS-DG-1807-2021.

En tanto a la respuesta que se otorgó por parte de la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud de la misma dependencia bajo el identificador SPPS-12666-2021, no tuvo mucha variación con respecto a la ya explicada anteriormente por parte de la Dirección General de Promoción de la Salud, ya que en el cuestionamiento número uno se concluye que: “Toda la información pública es de acceso al público y puede consultarse en la liga electrónica: <https://coronavirus.gob.mx/>” se da a conocer que en dicho portal puede consultarse la campaña de comunicación social y publicidad oficial que se empleó para informar sobre la pandemia en el territorio nacional. Por otro lado, las interrogaciones dos, tres y cuatro se declara la inexistencia de información con lo establecido en el Criterio 07/17, emitido por el Pleno del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI). (Véase Anexo 3, pp. 130)

En cambio, y como unidad mayoritariamente responsable de la información solicitada; la Dirección General de Comunicación Social de la SSA otorgó datos con respecto a las dudas suscritas en la solicitud, derivado de ello se respondió a la misma mediante el documento con No. DGCS-2111-2021 de la forma conducente:

Al respecto, la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, pone a disposición de la persona solicitante en un CD que se anexa, información generada por esta Unidad Administrativa; la cual, la encontrará en diversos archivos que a modo de anexos se incorporan en el cuerpo del presente pronunciamiento; en el formato en que fue generada dicha información se satisfacen diversos requerimientos planteados en la solicitud de mérito, respecto de los cuales se encontró información en

nuestros archivos, sin que por ello se deba entender que su alcance pretenda dar cuenta en su totalidad de “el plan de comunicación social que empleó la Secretaría de Salud acerca de la pandemia COVID-19, así como todos los medios de comunicación que utilizó para informar sobre el mismo”, pues la información que proporcionamos se circunscribe estrictamente al ámbito de las actividades realizadas al respecto por esta Unidad Administrativa.

Ofrecemos igualmente información contextual respecto a la pandemia provocada por el virus SARS-CoV-2, a fin de ubicar el cuadro de realidad en el cual se verifica la actividad de comunicación social implementada por esta Área. (Véase Anexo 4, p. 133)

Con respecto al numeral 1 en la que se solicita la campaña de comunicación social y publicidad oficial que empleó la dependencia para informar sobre la pandemia; la Secretaría de Salud declara que realizó la siguiente difusión, a través de los servicios de publicidad comercial:

° Mensaje extraordinario: Medidas de prevención y atención contra la COVID-19, a través de 11 estaciones de radio, 12 portales de internet y dos medios impresos, la difusión se realizó del 6 de abril al 6 de mayo de 2020.

° En mayo de 2020 se publicó la “Convocatoria de Médicos del Bienestar”, en el marco de la COVID-19, en 19 medios impresos de circulación nacional y local.

° En marzo de 2021 se realizó la producción de la campaña Vacunación contra COVID-19, versión: Varias, la cual se difundió a través de radio y también mediante tiempos oficiales de radio y televisión. (Anexo 4, p. 134)

Se traduce que la Secretaría, por medio de su Dirección de Comunicación, empleó en tres fases sus campañas de comunicación, que tal como se cita la primera como medidas de prevención y contención del virus, la segunda como agrupamiento de recursos humanos para tratar la enfermedad y por último la difusión de la aplicación de vacunas.

En relación con la segunda pregunta y en la cual se cuestiona sobre el gasto ejercido para informar sobre la pandemia, la institución responde por medio de un cuadro informativo sobre el egreso que tuvo únicamente el área de comunicación con las Campañas bajo el tema de la COVID-19, mismo que se comparte a continuación:

Tabla 1.

Gastos en Comunicación Social por la Secretaría de Salud

ANO	CONCEPTO	MONTO
2020	Mensaje Extraordinario Medidas de Prevención y Atención contra el COVID-19, versión: Varias.	\$ 3,178,729.20
2020	Servicio para la publicación de la Convocatoria Especial para la atención del COVID-19.	\$ 10,232,819.93
2021	Servicios de Producción de Tres Spots de 30 seg. Para Televisión y Radio de la Campaña "Vacunación contra Covid-19" versión Varias	\$ 3,000,000.00
2021	Spot de 30 segundos del servicio en radiodifusión de la campaña Vacunación contra COVID-19, versión Varias.	\$32,959.08

Nota: Cuadro extraído de Anexo 4, p.134

Del gasto anterior no se da a conocer las empresas a las que se facturó el gasto, puesto que no se expresó previamente en la solicitud por no ser relevante para la tesis, pero se puede observar que el consumo total erogado por la Dirección fue de \$16,444,508.21 expresado como valor informativo.

Para la tercera pregunta del cuestionario, se le solicitaba a la Secretaria de Salud otorgar respuesta sobre el plan de comunicación social empleado durante la pandemia COVID-19 y los medios utilizados para informar sobre el mismo. A lo que la misma se pronunció con una reseña sobre los antecedentes y origen que tuvo la expansión del virus, los acuerdos, lineamientos y decretos que realizó el Gobierno de México para la prevención y contención de la emergencia entre los cuales se

hace alusión al “Lineamiento general espacios públicos cerrados en COVID-19 y Lineamiento general espacios públicos abiertos en COVID-19”, el ACUERDO por el que se establecen las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19), así como el ACUERDO por el que se declara como emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV-2. En este contexto se detalla que la Unidad Administrativa realizó diversas acciones para mantener informada a la población sobre la pandemia COVID-19, así como diversos temas relacionados con esta enfermedad, citando las siguientes:

Del 07 de febrero de 2020 al 31 de octubre de 2021, se gestionaron 785 entrevistas de funcionarios y especialistas sobre la COVID-19, con diversos medios de comunicación: impresos, radio, televisión, agencias internacionales, portales y redes sociales informativas, sobre diversos temas relacionados con la COVID-19, como medidas de prevención, salud mental, investigación, medicamentos, confinamiento, donación de sangre, vacunas, tratamiento, Sana Distancia, Nueva Normalidad, entre otros.

De enero de 2020 al 31 de octubre fueron elaborados y difundidos 691 comunicados sobre diversos temas relacionados con la COVID-19.

De febrero de 2020 a octubre de 2021, se dio cobertura a 582 conferencias de prensa en el marco de la COVID-19, así como a 262 eventos relacionados con dicha enfermedad.

A través de las cuentas de redes sociales institucionales, de febrero de 2020 a octubre 2021, se han publicado 19,230 materiales informativos sobre la COVID-19 que han significado un alcance de 4,647,563,595 usuarios y un total de 59,003,977 interacciones; por red social se registró la siguiente información: Facebook (@SecretariaSaludMX), 9,048 publicaciones, con un alcance de 4,398,182,691 usuarios, en Twitter (@Salud_mx), 9,911 publicaciones, con un alcance de 240, 211,395 usuarios, y en Instagram (@ssalud_mx) 271 publicaciones, y un alcance de 9,169,509 usuarios.

Los temas que se han difundido a través de las redes sociales son sobre: medidas de prevención (lavado de manos, estornudo de etiqueta, uso de cubrebocas, quédate en casa, etc.), Jornada Nacional de Sana Distancia; prevención y aclaración de información falsa; Convocatoria a “Médicos del Bienestar COVID-19”; #HéroesYHeroínasDeLaSalud; Donación de sangre, agradecimiento al personal de salud #GraciasPorCuidarnos, #Gracias y #PersonalDeSalud; conferencias de prensa informativas, llegadas de vacunas, entre otras. En las activaciones a través de redes sociales se dio difusión al sitio web www.coronavirus.gob.mx. (Véase Anexo 4, p. 141)

En cuanto a las conferencias matutinas otorgadas por el Presidente de México en las que se abordaba el tema del coronavirus, así como las vespertinas dedicadas por el Doctor Hugo López-Gatell se informan los datos seguidos:

De abril de 2020 a junio de 2021, las Conferencias de prensa, Informe diario sobre coronavirus COVID-19 en México, realizadas en las instalaciones de Palacio Nacional, se difundieron a través de la página web de la Secretaría de Salud www.gob.mx/salud; así como por las redes sociales institucionales de Facebook (@SecretariadeSaludMx), Twitter (@SSalud-mx) y YouTube (Secretaria de Salud México). El alcance acumulado de usuarios que siguieron dichas conferencias registradas en Facebook y Twitter fue 256,216,911 personas, con 13,654,368 interacciones. (Anexo 4, p. 142)

Se menciona además en el documento que las carpetas informativas son de uso interno y cada una consta de 200 páginas en promedio, por lo cual se traduce en un exceso de información derivada del plan de comunicación utilizado para informar sobre la pandemia.

El punto central de la investigación sobre la infodemia y las medidas de comunicación que empleo el Gobierno Federal y particularmente la institución cuestionada sobre el manejo de esta, ¿Cómo se manejó?, y a través de qué medios

de información y comunicación se difundió, quedó en el último cuestionamiento utilizando el punto número cuatro.

A fin de hacer frente a la denominada infodemia, la Secretaría de Salud se pronunció:

De acuerdo con la información falsa que se publicó en su momento en diversos medios de comunicación y redes sociales, se realizaron materiales gráficos para aclarar a la población que los datos que se estaban difundiendo fuera de los canales oficiales de información eran falsos, por lo cual se hizo la difusión en las redes sociales institucionales de las aclaraciones pertinentes, realizándose 264 publicaciones, con un alcance de 151,847,886 usuarios y 2,933,791 interacciones. (Anexo 4, p. 143)

De lo anterior, la dependencia federal entregó en un disco magnético un anexo en formato PowerPoint y registrado como ANEXO 10 INFODEMIA, mismo que contiene datos en una numeralia de las publicaciones, sus alcances e interacciones de las mismas sobre la infodemia en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, la cual se comparte a continuación:

Tabla 2.

Numeralia de la infodemia de la Secretaría de Salud

	Publicaciones	Alcance	Interacciones
Totales	123	143,717,546	2,191,643
	127	7,057,535	708,484
	14	1,072,805	33,664
	264	151,847,886	2,933,791

Nota: Tabla extraída del anexo 5 información otorgada por la Secretaría de Salud de México, p. 145

De la tabla anterior se comprende que el color azul corresponde Facebook, en la cual se comparte que se realizaron 123 publicaciones sin especificar el periodo de las mismas a través de esta red social, mientras que en Twitter se realizaron 27 publicaciones, desmintiendo la información circulante en este espacio, misma que tampoco precisa el periodo de tiempo; y por último en color naranja se refiere a la red social conocida como Instagram en la cual se observan 14 publicaciones con el mismo contenido, arrojándose un resultado de 264 publicaciones, número que se extrae del párrafo arriba citado.

En el mismo archivo se contienen capturas de la información publicada en redes sociales institucionales relativas a la infodemia de forma mensual en los años 2020-2021.

Tabla 3.

Publicaciones sobre la infodemia en redes sociales

Mes	Año	Publicaciones	Alcance	Interacciones
Marzo	2020	21	3,847,967	403,807
Abril	2020	39	8,293,440	375,289
Mayo	2020	56	8,388,656	259,223
Junio	2020	6	3,600,761	172,330
Septiembre	2020	5	9,419,959	178,368
Octubre	2020	2	312,459	16,005
Diciembre	2020	4	43,701,391	638,177
Enero	2021	29	60,914,503	733,518
Julio	2021	2	1,030,987	22,394
Agosto	2021	33	3,493,962	52,454
Septiembre	2021	48	6,059,292	93,445
Octubre	2021	5	1,711,704	30,546
Total		250	150,775,081	2,975,556

Nota: Elaboración propia con información proporcionada por la Secretaría de Salud Federal (Anexo 5)

En observación de la tabla anterior se concluye que la información proporcionada por la Secretaría de Salud contiene imprecisión de datos sobre el plan de manejo y contención de la infodemia, ya que no coincide la información de la tabla otorgada con los datos desglosados en el anexo proporcionado; se contempla una variación de 14 publicaciones en las redes sociales, así como el alcance que tuvieron estas en los usuarios de las plataformas sociales y en el número de interacciones que se contemplan como reacciones, comentarios o información compartida; esto se traduce a un bajo interés de los internautas a la confiabilidad de la información vertida por la institución en sus canales digitales.

3.1.2 Las disonancias discursivas del Gobierno de México

Se denominan “disonancias semánticas” a una falta de continuidad de significado entre dos posiciones ante una misma circunstancia y que suele presentarse a base de dicotomías (microsemióticas de polos opuestos) (Morales, 2022, pp. 157-197). A estas mismas se les puede llamar como disonancias discursivas, en el que se entiende como aquel discurso en el que no se traza una comunicación directa y que, por el contrario, la información se fractura por dos vías.

Pareciera que en México las disonancias discursivas son la columna dentro de los manifiestos políticos y que son material para el discurso de quienes pretenden contender por algún cargo dentro de la Administración Pública, y clarificando un ejemplo se puede atraer que en un país donde se vive el caos, venga un discurso pacificador, remediador y salvador del desgobierno, aquí se halla presencia de la disonancia discursiva.

En otro tema en el que se hacen presentes las disonancias discursivas o disonancias semánticas es en cuanto a los índices de pobreza extrema que se vive en el territorio nacional, ya que como lo opinó Rebecka Villanueva en el año 2015, mientras el CONEVAL afirmaba que un 79.5 % de la población mexicana vivía en situación de pobreza y vulnerabilidad, funcionarios de la Secretaría de Desarrollo Social, expresaban que pronto alcanzarían a cubrir el 84.3% de los objetivos de desarrollo, así se presenta un discurso sin continuidad, ni claridad. A lo que

Villanueva extendió su columna de opinión acerca de ello, como se lee a continuación:

La Secretaría de Desarrollo Social puede felicitarse por estos resultados que probablemente tienen que ver con los programas sociales impulsados por el gobierno actual, como la Cruzada Nacional contra el Hambre.

El discurso disonante viene del CONEVAL: durante 2012 y 2014, la pobreza ha aumentado de 45.5 a 46.2 % de la población. El diagnóstico gubernamental es que la cifra es un reflejo del escaso crecimiento económico del país, junto con la paridad del dólar, el precio del petróleo, la tasa de inversiones, entre otros factores. (Ulfgard, 2015, s.p.)

Una vez que se establece el conocimiento de las disonancias discursivas, es necesario, analizar a las mismas que se hicieron presentes dentro de los mensajes informativos por parte del Gobierno de México en medio de la pandemia provocada por el virus del SARS-CoV-2 y que son parte de la tesis en acción, es por ello que a continuación se presentan algunas de las dicotomías.

Tabla 4.

Las disonancias discursivas de la pandemia en México

Disonancias Discursivas	
Enero-Febrero 2020	
La Organización Mundial de la Salud (OMS) declara emergencia de salud pública por el nuevo coronavirus y recomienda a los países estar preparados para adoptar medidas de contención, como la vigilancia activa, la detección temprana, el aislamiento y el manejo de los casos, así como la prevención de la propagación del virus.	El Gobierno de México, mediante sus conferencias matutinas, aseguraba ser uno de los países más preparados y con menos riesgos ante la enfermedad. Además de que expresaban que el coronavirus era un virus más leve que la influenza estacional, que no se necesitaban hospitales especializados y que los pacientes asintomáticos de la

<p>Además, se agregó que los países deben procurar, principalmente, reducir la infección en las personas, evitar la transmisión secundaria y la propagación internacional, colaborar con la respuesta internacional mediante la comunicación y la participación activa para incrementar los conocimientos sobre el virus y la enfermedad.</p>	<p>enfermedad no necesitaban estar en cuarentena.</p>
<p>Observaciones: Se aprecia la falta de continuidad del discurso, que, por un lado, la máxima organización de salud recomendaba tomar ciertas precauciones para la contención del virus, mientras que el mensaje del Gobierno se tomaba con poca ligereza y tranquilidad, a pesar de que en esta fase ya existían países con altos índices de contagio, mortalidad y con medidas de restricción ante la enfermedad.</p>	
<p>Marzo-Abril 2020</p>	
<p>La Organización Mundial de la Salud se pronunciaba sobre las restricciones y medidas que se debían implementar para protegerse ante el contagio, entre las que se destacaban la separación social, evitar el contacto físico, ya que comunicaban que el virus podía transmitirse al darse la mano y tocarse los ojos, la nariz y la boca. A lo que recomendaban saludar con un gesto de la mano, o una inclinación de cabeza.</p>	<p>Por su parte, El Gobierno Federal, a través de los pronunciamientos del Presidente de la República Mexicana, incitaba a los ciudadanos a seguir saliendo y hacer su vida normal, incluso mencionaba que había que abrazarse, ya que no pasaba nada.</p> <p>“No ayudamos si nos paralizamos” AMLO (Político, 2020, s.p.)</p> <p>Incluso en conferencia de prensa, el Dr. Hugo López-Gatell defendía al Presidente asegurando que la fuerza del Presidente es moral, no es una fuerza de contagio, justificando con ello sus giras de trabajo.</p>

<p>Observaciones: Hay que señalar que en este punto de la pandemia el territorio nacional ya presentaba los primeros casos confirmados de contagio y aun así el Presidente continuaba sus giras nacionales de trabajo en donde se le veía en fotografías y videos abrazando y saludando de mano, sin tomar en cuenta las recomendaciones de la OMS, hecho que fue objeto de las primeras críticas por la falta de empatía ante la emergencia.</p>	
<p>El Uso del Cubrebocas</p>	
<p>De acuerdo con la OMS, las mascarillas deben utilizarse como parte de una estrategia integral de medidas para suprimir la transmisión y salvar vidas; el uso de una mascarilla por sí sola no basta para proporcionar una protección adecuada contra la COVID-19, pues a esta medida deben sumarse otras como el distanciamiento físico, evitando aglomeraciones, lavándose las manos frecuentemente y cubriendo la boca y nariz con el codo flexionado al toser. Pero la Organización sí pidió que se convirtiera el uso de la mascarilla en una parte normal de su interacción con otras personas, así lo advirtió el propio Tedros Adhanom Gebreyesus, Director General de la OMS.</p>	<p>Mientras que en México el uso del cubrebocas o mascarilla generó diversas disonancias, ya que por parte del Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, declaró en una conferencia de prensa al inicio de la pandemia que los cubrebocas tenían una pobre utilidad y que no eran efectivos para prevenir el contagio del virus que causa la enfermedad COVID-19; sin embargo, posteriormente aclaró que no le parecía inconveniente su uso como auxiliar en la prevención de la enfermedad, para finalmente dar a conocer que la mascarilla se sumaría como medida de prevención sanitaria.</p>

Observaciones: Cabe destacar que mientras el discurso sobre el uso del cubrebocas por parte de la Secretaría de Salud no era claro, en diversos Estados de la República se estableció como medida obligatoria su portación, inclusive en varias demarcaciones quedó jurídicamente decretado y fijándose sanciones al no portarlo en espacios públicos y cerrados; sin embargo, el Presidente violó dicha norma al asistir a Estados con dicha regla y no portando la mascarilla, pues él seguía las recomendaciones del Dr. Hugo López-Gatell, no obstante en visitas hechas a Estados Unidos y en reuniones con el Presidente Trump se le observó usando la mascarilla de forma correcta.

Cierre de Fronteras

Aunque la Organización Mundial de la Salud en principio no recomendó el cierre de las fronteras entre los países, pues esta medida podría resultar contraproducente, hubo diversos países que optaron por el cierre de sus fronteras para contener la importación del virus; sin embargo, y posterior a que esta restricción de movilidad en los aeropuertos estaba dando buenos efectos en otros países, el representante de la OMS en México, advirtió que se tendría que tomar esta medida en México. Pero la recomendación que sí se advertía era tomar medidas de prevención en las entradas y salidas del país para detectar la transmisión del COVID-19.

Por otra parte, el Dr. Hugo-López recalcó en sus conferencias que estas medidas no tienen un fundamento científico sólido, no hay demostración científica de que estas medidas extremas pudieran ayudar a disminuir el riesgo de transmisión.

"La restricción de movilidad puede ser una medida de salud pública, pero no debe utilizarse como una primera herramienta, esta es una herramienta extrema que se reserva a las situaciones hipotéticas de que se perdiera la capacidad de control. Lejos estamos de ello" Hugo López-Gatell

<p>Observaciones: Aunque la propagación del virus avanzaba rápidamente en el país durante los meses de marzo y abril, las autoridades encargadas del manejo de la pandemia mantenían una relajación en las medidas restrictivas de los aeropuertos, ya que seguían operando sin ninguna restricción y los filtros sanitarios para el arribo y salidas del país únicamente consistían en la aplicación de gel antibacterial y la toma de temperatura.</p>	
<p>Pruebas de Detección Covid-19</p>	
<p>El Director General de la OMS apeló desde la declaración de emergencia sanitaria a realizar pruebas de detección del virus, ya que en sus conferencias de prensa insistió en que la forma más efectiva de salvar vidas es romper las cadenas de transmisión, haciendo test y aislando. Por lo que en marzo del año 2020 pidió a los países no dejar de hacer test, ni olvidarse del peligro del virus que para entonces ya había cobrado la vida de niños.</p>	<p>El Gobierno de México, en contraparte, no ha sido un defensor de las pruebas masivas para detectar la covid-19, pues se convirtió en uno de los países que desde el inicio de la pandemia menos pruebas hacen.</p> <p>Las autoridades han hecho hincapié en el aislamiento desde la presencia de síntomas, sin necesidad de la prueba, ya que se denuncia un oportunismo comercial en torno a los <i>tests</i>.</p>
<p>Observaciones: En agosto del año 2020 la OMS advirtió que en el país mexicano solo se hacían 3 pruebas de detección del virus por cada 100.000 habitantes, calificando la situación como compleja y con una escala subrepresentada. Además, se expresaba su preocupación sobre la terrible carga de mortalidad sobre pobres e indígenas.</p>	
<p>Mayo-Noviembre 2020</p>	
<p>Durante este periodo los esfuerzos por controlar los brotes del virus en distintos países eran inminentes, la saturación de hospitales y una inestabilidad en los picos de contagios mantenían a los países en cuarentena y aislamiento,</p>	<p>Por su parte, el Presidente Andrés Manuel López Obrador en sus conferencias matutinas del mes de mayo expresaba que solo sería ese mes de confinamiento, ya que se estaba domando la pandemia, además</p>

<p>mientras que el pronunciamiento de la OMS era el no bajar la guardia, ni generar expectativas en torno al fin de la pandemia, ya que al no contar aún con la vacuna no se podrían relajar las medidas.</p> <p>Incluso el doctor Tedros Adhanom, Director General de la OMS, en una conferencia dada el 13 de julio de 2020, advirtió que la pandemia COVID-19 podría empeorar si la población y los gobiernos no se tomaban en serio la lucha contra la enfermedad.</p>	<p>mencionaba que el no mentir, el no robar y no traicionar eso ayudaba mucho para que no diera el coronavirus. Su mensaje en los meses siguientes era repetitivo acerca de que la pandemia iba a la baja en el territorio azteca, así como la disminución en los fallecimientos. Por lo que en el mes de junio del 2020 el mandatario declaró a la audiencia superar el miedo y salir del confinamiento.</p> <p>Por otro lado, el Dr. Hugo López-Gatell informaba que en un escenario muy catastrófico de la pandemia podría llegar a un número de 60 K muertes.</p>
--	---

Observaciones: A mediados del mes de junio, la Organización Mundial de la Salud, calificó la situación en México como difícil y desafiante, por lo que llamó a los líderes en América a enviar mensajes consistentes desde el gobierno nacional y subnacional. “Creo que estamos viendo alrededor del mundo que nuestros ciudadanos se confunden mucho si ellos perciben, escuchan diferentes mensajes de diferentes partes del sistema y nosotros realmente necesitamos alinear el mensaje.” (Financiero, 2020, s.p.)

Nuevamente, el llamado se hizo en noviembre del 2020, en él la OMS pidió a México tomar en serio la pandemia de COVID-19, ya que ante el alza de contagios el país se encontraba en situación grave. El director ejecutivo del organismo, Michael Ryan, expresó a todos los líderes del mundo la importancia de ser un modelo para usar el cubrebocas como medida de protección. “La gente requiere comunicación muy clara. Si lo que ven en un cartel, no lo cumplen las autoridades hay confusión.” (Staff, 2020, s.p.)

Para abril del año 2020, el matemático y académico de la Universidad Libre de Berlín, habló del enorme subregistro que hay en México en las muertes por

coronavirus, puntualizando que habría 444 K defunciones por COVID-19 versus a las 215 K aceptadas oficialmente.

Nota: Elaboración propia bajo la lectura de diversas fuentes de información oficiales, institucionales y audiovisuales; páginas de internet, prensa escrita, radio, televisión, documentales en plataforma de streaming, YouTube y redes sociales del Gobierno de México.

Las disonancias semánticas figuraron desde el principio de la pandemia, como se estableció en el cuadro anterior, ya que los mensajes basados dentro del conocimiento científico se vieron debilitados al contraponerse con el discurso ideológico de las instituciones públicas del país. Se refiere con lo anterior a que mientras la Organización Mundial de la Salud (OMS) mantenía una postura rígida en la difusión de información para hacer frente a la pandemia, el Gobierno de México expresaba una comunicación más relajada en las medidas precautorias para el manejo de la pandemia, dando una amplia oportunidad para que la Infodemia se hiciera presente, y se magnificara a través de las redes sociales y su inmediata viralización de información. En este punto es importante mencionar que los líderes de opinión son un *role model* en la nueva sociedad de la información y, por tanto, tienen cierta influencia en sus seguidores, por lo cual su actuar debe ser responsable con mayor magnitud en una situación de emergencia como lo es la pandemia.

3.2 El derecho del ciudadano a la información veraz en pandemia

Como se estableció en el capítulo primero del presente trabajo, el derecho que tiene el ciudadano a la información se establece en la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, el mismo se fija el artículo sexto en el que además de esbozar la libertad de expresión; también se atribuye que “toda persona el derecho al libre acceso a la información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.” (2021) Este mandato tiene mucha similitud al mismo derecho expresado en la *Constitución Española* en su artículo 20, en el cual se reconoce y protege el derecho

“A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. (Constitución Española, 1978) como se observa en la Constitución Española, se añade el término “Veraz” mismo que es ausente dentro de la Constitución Mexicana, pero también es cierto que no por el hecho de que la palabra veracidad aparezca dentro de la legislación quiere decir que no existe la mentira en la información de los países, pues al igual que México, España ha sufrido grandes bulos de información mal intencionada. Lo que es un hecho es que la información existe con veracidad o sin ella, es en el camino de los hechos y la investigación en la que esta se puede democratizar una vez expuesta al público.

El hecho es que el ciudadano tiene el derecho a informarse con veracidad y así lo recomendó la Organización Mundial de la Salud al inicio de la Pandemia; el organismo que protege los derechos humanos en un comunicado urgió a los gobiernos firmantes de la Declaración Universal a promover y proteger el acceso y el flujo de información durante la pandemia del coronavirus, ya que las noticias falsas pueden causar caos y problemas de salud.

El derecho a la vida fundamental y no derogable está en juego, y los Gobiernos están obligados a garantizar su protección. La salud humana depende no solo de una atención médica fácilmente accesible. También depende del acceso a información precisa sobre la naturaleza de las amenazas y los medios para protegerse a uno mismo, a su familia y a su comunidad. (ONU, 2020, s.p.)

Dicho comunicado fue lanzado por la Organización de las Naciones Unidas el día 19 de marzo del 2020, fecha en la que México contaba con los primeros casos confirmados del virus, lo que se supone el Gobierno pudo acatar las recomendaciones en tiempo.

En la misma recomendación el organismo se pronunció a disipar la información falsa, se expresaron preocupados, ya que la infodemia podría generar problemas de salud, pánico, y desorden, por lo cual pidieron a los Gobiernos y a las empresas de internet que se abordará el tema. La verdad es que en el caso de

México se comenzó a hablar de las noticias falsas, la desinformación y la infodemia hasta dos meses después, puesto que fue en el mes de mayo cuando el Gobierno Federal se pronunció en el tema con una breve explicación en la conferencia matutina.

Para hablar de veracidad en la información, no hay mejor profesión que hable de ello como lo es el Periodismo, y es que son los profesionales de la información, ya que en su actividad se defiende la máxima de que los hechos se deben comunicar tal y como suceden o por lo menos con los datos que se recogen de los testigos presenciales de un hecho, son los periodistas que en su actividad y su ejercicio profesional ganan la confianza y credibilidad de los ciudadanos, sin embargo, también es cierto que la libertad de prensa y de información se ha visto sesgada y manipulada con intereses políticos, económicos y sociales.

Mucho se habla en la actualidad que uno de los indicadores para medir el nivel de democracia que alcanzan los regímenes políticos es la libertad de expresión y la participación que tengan los medios de comunicación en la sociedad. La idea generalizada de la democracia es aquella en la que se les permite a los ciudadanos ser partícipes de los asuntos particulares, de los asuntos a los que tenga interés con todas las libertades en su actuar, idea que lo es también para los medios de comunicación; que su actividad sea libre e imparcial; sin embargo, esta realidad se ha exhibido un tanto romántica, ya que para Noam Chomsky existe otra:

Una idea alternativa de democracia es la de que no debe permitirse que la gente se haga cargo de sus propios asuntos, a la vez que los medios de información deben estar fuerte y rígidamente controlados. Quizás esto suene como una concepción anticuada de democracia, pero es importante entender que, en todo caso, es la idea predominante. De hecho, lo ha sido durante mucho tiempo, no solo en la práctica, sino incluso en el plano teórico. (Chomsky, 2004, s.p.)

Hasta hace unas décadas y antes del surgimiento del internet, se recuerda que el medio más importante de información de masas se concentraba en los

medios como la prensa, la radio y la televisión; eran estos los que articulaban la información a los ciudadanos, y se tenía a través de ellos un control de la población, mediante las noticias, mensajes y opiniones cuidadosamente seleccionadas por el Gobierno e instituciones públicas y privadas, lo que resultaba una información mediocre y muchas veces fuera de la realidad.

Para el Caso de México en aquella época ya existía la mentira y la desinformación mediática, basta con recordar casos como el famoso chupacabras, la criatura mitológica que se aseguraba, se alimentaba de la sangre de animales domésticos y ganado en zonas urbanas y rurales, una leyenda que sin duda sembraba el miedo en los habitantes y cuya difusión del mismo se alertaba en los medios masivos de comunicación, pero que nunca fue comprobada la existencia de la criatura. Otro caso que se observó mediáticamente fue el de la niña Paulette, atrayendo la atención de todo México que consumía diariamente los avances del caso mediante las fuentes noticiosas, apartándose de los asuntos que verdaderamente tendrían interés para formar una crítica valorativa en la actuación de los Gobiernos en turno circunstancia que generaría problemas al poder, se retoma con ello la visión de Chomsky:

Y la verdad es que hay una lógica detrás de todo eso. Hay incluso un principio moral del todo convincente: la gente es simplemente demasiado estúpida para comprender las cosas. Si los individuos trataran de participar en la gestión de los asuntos que les afectan o interesan, lo único que harían sería solo provocar líos, por lo que resultaría impropio e inmoral permitir que lo hicieran. Hay que domesticar al rebaño desconcertado, y no dejarle que brome y pisotee y destruya las cosas, lo cual viene a encerrar la misma lógica que dice que sería incorrecto dejar que un niño de tres años cruzara solo la calle. No damos a los niños de tres años este tipo de libertad porque partimos de la base de que no saben cómo utilizarla. Por lo mismo, no se da ninguna facilidad para que los individuos del rebaño desconcertado participen en la acción; solo causarían problemas. (Chomsky, 2004, s.p.)

Es necesario precisar que en el entorno del engaño y la manipulación de masas también se encuentran las voces críticas que no permiten que se les agrupe en los rebaños desconcertados a los que se refiere Noam Chomsky, y que, si bien posiblemente hasta hace unos años eran voces calladas o censuradas, hoy es más complicado hacerlo, aunque también se generan otros problemas como es el tratante de la desinformación y falsas noticias.

La participación mayúscula de los ciudadanos se da en la nueva era digital en la que se abrieron los canales de correspondencia, sobre todo con las redes sociales, disminuyendo la participación y control de los medios de comunicación, pero aumentándose la información, mensajes y opiniones que generan una saturación y que complica el derecho del ciudadano a la información verificada.

3.3. El combate a la Infodemia

La era de la información digital sin duda ha traído innumerables ventajas cuando de la comunicación se habla, pero también ha dejado muchas desventajas y consecuencias con la saturación de información, con la pandemia del coronavirus se elevó la alerta de atender esta problemática. Estudiosos y expertos se han pronunciado en la actuación y participación para atender lo cuestionable que atañe al gobierno, medios de comunicación, empresas de internet y sobre todo el involucramiento de los ciudadanos.

Anteriormente, las empresas de comunicación eran fuertes y redituables económicamente por el rating que generaban en sus contenidos, es decir, mientras más teleaudiencia tenían a raíz de sus programas de noticias y entretenimiento, eran más atractivas para otras empresas que anunciaban y ofertaban a través de la pantalla sus productos, se estableció así su modelo de negocio. Pero en la actualidad ese modelo de negocio se ha mudado a las redes sociales y redituable económicamente a las empresas que sostienen las mismas por el internet, con la diferencia que estas no miden el internet, sino el algoritmo, ese conjunto de instrucciones que va recopilando datos para ir llevando al partícipe a realizar otras tareas o actividades dentro del escenario digital. Por tanto, es que este mismo ha

recogido herencias que se tenían en la televisión, como los montajes y la fabricación de noticias, pues se clarifica que es atractivo mediante el esquema de la viralización de contenidos y atraer la atención de más espectadores, que en cadena le traerá consigo más y más beneficios a través de la recopilación de datos.

“La difusión de mentiras, así como la persuasión masiva personalizada, la hipersocialización y la tiranía de las tendencias, están erosionando el sentido de realidad compartida y promoviendo el capitalismo de vigilancia.” (Mazumdaru, 2022, s.p.)

La idea anterior apuntala a que las empresas que dirigen los medios digitales les conviene más una noticia falsa que una verdadera, ya que no se miden igual, impacta más hoy día, el odio y la mentira que el amor y la verdad en los sitios de internet, basta con dedicarle unos minutos a Facebook y Twitter para observar el número de personas que comparten el linchamiento a una persona o la mofa social a un político o famoso, que los logros y reconocimientos al personal médico que hicieron y siguen haciendo frente a la pandemia. Y es precisamente en estos contextos de violencia, de polarización y de desastres naturales los escenarios perfectos para generar la infodemia, para sostener esta premisa se comparte la cita de Danielle Dithurbide:

Lo mismo que sucedió cuando aventaban cloro a los médicos, cuando no dejaban entrar a los médicos en el lugar en que vivían, es tal la información y es tal cantidad de información que uno no sabe procesar, a lo que se suma esta vulnerabilidad, este temor, este miedo y esta psicosis, que cualquier cosita que salga sube como una chispa y se genera un incendio informativo... Creo que es el factor de la infodemia de la desinformación que pueden provocar estas cosas, siempre trae incluido un dejo de miedo y de psicosis, y de a mí me puede afectar esto, yo me puedo morir con eso, ese médico me puede contagiar a mí, el temblor me afectó a mí, puede volver a temblar y me puede afectar a mí, ese señor que va a llegar en la camioneta blanca puede robar a mi niño, siempre en los casos en los que la información termina en

una tragedia, es porque hay un sentimiento de vulnerabilidad y miedo hacia uno mismo, hacia la comunidad.²

Periodistas y especialistas se han manifestado en desventaja ante la rapidez de la información por medio de la viralidad del contenido a través de las redes sociales, ya que esta corre más rápido que los procesos de la verificación de información que por ética periodística tienen que realizar antes de difundir cierto contenido, lo cual una vez realizado resulta muy complicado contrarrestar la falsa noticia o infodemia que ya se inundó por internet y que el ciudadano ante la inmediatez en la que se ve rodeado en la actualidad no se toma el tiempo de indagar en otras fuentes la veracidad de la información, por el contrario, es partícipe de contaminar el espacio digital con mentiras y rumores al mando de un botón.

Entonces toca también el turno a todo ciudadano de ser responsable en el manejo, la responsabilidad ya no es solo del Gobierno, de las empresas de comunicación y de los periodistas, el ciudadano con la apertura que tiene en su libertad de expresión debe tomar en cuenta que lo que comparte y expresa tiene derivaciones en su entorno, y hablar de una regulación jurídica en torno a la infodemia para el caso de México es lejana, además de que sería sumamente vigilada para que no se coarte el derecho humano que se encuentra reconocido constitucionalmente, la premura es educar, hablar y difundir desde la educación escolar de todos los niveles; las consecuencias de las mentiras, falsas noticias, desinformaciones e infodemia en el entorno digital, generar la cultura de la duda ante todo, para prevenir la enfermedad en la información.

² *Entrevista realizada a la periodista Danielle Dithurbide vía zoom el día 22 de junio del año 2022, material audiovisual en resguardo del autor.*

CONCLUSIONES

Primer Capítulo. - El hombre mediante el uso del raciocinio, tiene pensamientos e ideas que al desarrollarlas pueden fijarse posturas que lo contraponen con las de otros sujetos, y que para tener una sana convivencia se ven obligados a entablar ciertas reglas que faciliten un desarrollo en conjunto.

Se establece que el hombre nace con derechos inherentes, entre los que se encuentran el derecho a la vida, y conforme su evolución va adquiriendo otros que le deben ser garantizados por el Estado, siendo el Derecho a la Información uno de los derechos fundamentales que deriva la comunicación del hombre y de todo acto informativo, así se le reconoce constitucionalmente dentro del artículo 6° de la Carta Magna de México.

Que el derecho a la información le otorga al hombre herramientas y mecanismos para manifestarse y expresar libremente todo tipo de ideas sin ningún tipo de persecución judicial o administrativa.

Se afirma, que, a raíz de la Pandemia Mundial provocada por el virus del Coronavirus, se generó el diálogo sobre una nueva enfermedad de la información denominada como INFODEMIA; sin embargo dicha palabra no es realmente nueva, ya que tiene antecedentes dentro del lenguaje médico y en fondo se relaciona con otros vocablos como la desinformación y las *fake news*, que a su vez significan falsear información y/o engañar para ocultar la verdad, que en medio de una situación de emergencia sanitaria provoca engaño, y consecuencias terribles para toda una población.

Se asocia que el término “infoxicación” eleva drásticamente la complejidad de la infodemia, ya que la excesiva carga informática que existe en la actualidad dificulta la comprensión y el conocimiento del hombre, que, a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, lo intoxican y no le permiten al profundizar en los temas de su interés que busca por medio del internet.

Segundo Capítulo. - Se comprueba que el Gobierno de México, para comunicarse con la población y difundir sus acciones y programas en beneficio de

los mismos, utiliza la comunicación social, que mediante la Coordinación General de Comunicación Social se establecen estrategias que no solo abarca la prensa escrita, la radio y la televisión, sino que se insertan también dentro de la nueva sociedad de la información.

El Ejecutivo Federal aprovecha las demandadas redes sociales para acercar la información y mediante un ejercicio de comunicación llamativo trata de marcar la agenda política a través de una conferencia matutina diaria cuya duración oscila entre los 60 y 120 minutos, misma que es transmitida simultáneamente por las redes sociales más populares, mientras que los medios tradicionales de comunicación retoman solo los aspectos más sobresalientes de la misma, pero no difundiendo diariamente lo que en ella se comparte, por ser un instrumento agotador en cuanto a la carga de información que se deriva.

De este modo, se ha podido establecer que las redes sociales son un valioso instrumento de comunicación social que ha beneficiado la vida del hombre, pues a través de las mismas han acercado las distancias, son las mismas que con su aparición han dejado a un lado el correo postal, el teléfono, y han ido sepultando empresas periodísticas.

El fenómeno de las redes sociales ha permitido tener a la mano todo tipo de información de forma inmediata, permiten agruparse a las sociedades en temas de interés, obtener relaciones afectivas, realizar transacciones y adquirir productos de forma inmediata, pero también han impactado de forma negativa la vida de las personas, su vida privada ha sido mermada radicalmente, transitan innumerables cantidades de mensajes de odio, racismo, discriminación, es exagerado el tiempo que se les dedica a ellas, además de ser un escenario idóneo para falsear información.

Queda claro que con la llegada del virus del SARS-CoV-2 las redes sociales brindaron el escenario perfecto para polarizar la información y crear el punto más alto de desinformación e infodemia con motivo del confinamiento, provocando al internauta reacciones de miedo, ansiedad y depresión; en consecuencia, generando actos de violencia ante el temor de contagiarse.

Tercer Capítulo: Del análisis sobre la responsabilidad de la crisis de información en la que se encuentran en la actualidad el Gobierno como responsable garante de las facultades del derecho de la información, y la confrontación mediática que se tiene muchas veces por los medios de comunicación al investigar, obtener y difundir las noticias se puede dilucidar que, el ciudadano ha tomado una participación relevante gracias a las redes sociales, ya que su participación activa en las mismas han hecho que el Gobierno y los medios de comunicación tradicionalistas volteen para marcar la pauta y agenda del día, gracias a la viralidad de contenidos que hay por parte de la ciudadanía en estos espacios digitales.

Que el ciudadano digital también se vuelve partícipe de la crisis de contenidos informativos al no tener suficientes precauciones y herramientas de conocimientos para verificar la información que comparte con otras fuentes, lo que vuelve un caldo de cultivo en materia de la infodemia y de la desinformación mediática digital.

Se concluye que la Secretaría de Salud empleo las herramientas de comunicación necesarias y acordes para alertar y proteger la salud de los mexicanos al difundir el plan de emergencia, decretos, reglamentos y acciones para la contingencia del coronavirus, pero que en virtud de lo estudiado hubo información confusa, contradictoria y disonancias en el discurso entre las recomendaciones por los organismos internacionales de salud, el presidente de la república mexicana y el subsecretario de prevención y promoción de la salud, ya que al no trazar una línea directa de información se generaron los índices en materia de desinformación.

De lo anterior se comprueba la hipótesis planteada de inicio de la presente tesis de investigación, haciéndose la recomendación de abrir más espacios de diálogo para dar a conocer las consecuencias que genera la infodemia, la desinformación y la mentira que transita por las redes sociales, educar al ciudadano desde la educación básica para que en su formación se le genere la duda y se amplíe su conocimiento sobre la verificación de información para contrarrestar este mal de la información, debe prevalecer la libertad de expresión como derecho fundamental de todos, a través de todos los medios posibles.

FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Bibliográficas:

- ÁVILA, R. (2020). *Los medios de comunicación en la época de la infodemia*. Colombia: Editorial Planeta Colombiana
- CARBONELL, M. (2016). *La vida en línea: El impacto de las redes sociales en todo lo que hacemos*. México: Tirant humanidades.
- CASTELLS, M. (2000). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHOMSKY, N. (2004). *El Control de los Medios de Comunicación*. *Rebelión*, 1-16.
- CORREDOIRA Y ALFONSO, L., & BELL MALLEEN, I. (Eds.). (2003). *Derecho de la Información*. España: Ariel, S. A.
- CORTÉS, M. Á. (2005). *Anotaciones sobre la Comunicación*. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- CURZIO, L., & GUTIÉRREZ, A. (2020). *El Presidente. Las filias y fobias que definirán el futuro del país*. México: Penguin Random House Grupo Editorial
- ESCOBAR, SERNA, L. (2004). *Derecho de la Información*. Madrid: Dykinson.
- FLORES, R. D. (2014). *Ética y Redes Sociales*. México: Tirant Humanidades.
- GAMA, D. S. (2010). *Derecho a la Información*. México: infoem.
- GUANTER, J. M. (1977). *Fundamentos del Derecho de la Información*. Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorros.
- MORALES, C. A. (2022). *La semiótica de la frontera entre México y Estados Unidos: el factor laboral como rasgo distintivo*. Morelia México: UMSNH.
- MORALES, U. R. (2018). *El ciudadano digital fake news y posverdad en la era del internet*. México: Oceano(sic).
- PÉREZ, PINTOR, H. (2012). *La arquitectura del derecho a la información en México*. México: Miguel Ángel Porrúa.

- REYES TEJEDOR, M., COBOS SANCHIZ, D., LÓPEZ-MENESES, E. (Eds.). (2020). *Innovación pedagógica universitaria: reflexiones y estrategias*. Barcelona: OCTAEDRO S. L.
- ROBLES, G. (2004). *Derecho de la información y comunicación pública*. México: Universidad de Occidente.
- SANTIAGO, M. V. (2017). *EMPANTALLADOS. Cómo convivir con hijos digitales*. Barcelona: LAROUSSE EDITORIAL, S.L.
- UNIDAD DE VERIFICACIÓN DE OJO PÚBLICO. (2020). *Infodemia. Verdades y mentiras en tiempos de pandemia*. Perú: Penguin Random House Grupo Editorial.
- VILLANUEVA, E. (2006). *Derecho de la Información*. México: Miguel Ángel Porrúa.

Legislación Mexicana:

- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. (05 de febrero de 1917). *Cámara de Diputados*. Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_orig_05feb1917_i ma.pdf
- CONVENCIÓN AMERICANA DE LOS DERECHOS HUMANOS. (22 de noviembre de 1969). OAS. Obtenido de https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convenci%C3%B3n_Americana_sobre_D erechos_Humanos.pdf MÉXICO: Ratificación/Adhesión 07/19/78. Deposito 08/07/78 RA
- FEDERACIÓN, D. O. (19 de enero de 2004). www.dof.gob.mx. Obtenido de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=676736&fecha=19/01/2004#gs c.tab=0
- FEDERACIÓN, D. O. (17 de abril de 2019). *Secretaría de Gobernación*. Obtenido de dof.gob.mx:

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5558048&fecha=17/04/2019

UNIÓN, C. D. (05 de abril de 2022). *www.diputados.gob.mx*. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LOAPF.pdf>

UNIÓN, C. D. (11 de mayo de 2018). *Ley General de Comunicación Social*. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx> Unión, C. d. (16 de mayo de 2022). *www.diputados.gob.mx*. Obtenido de Ley General de Salud: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGS.pdf>. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCS_110518.pdf

UNIÓN, C. D. (16 de mayo de 2022). *www.diputados.gob.mx*. Obtenido de Ley General de Salud: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGS.pdf>

Tratados Internacionales:

ESPAÑOLA, C. (29 de diciembre de 1978). *boe.es*. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1978/BOE-A-1978-31229-consolidado.pdf>

DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS. (10 de diciembre de 1948). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Documentos de Internet:

ALEJANDRO, Y. B. (10 de mayo de 2017). *Implicaciones de la Intoxicación en los medios digitales*. Obtenido de <http://eprints.rclis.org/32262/1/ENSAYO%20INFOXICACION.pdf>

BBC NEWS MUNDO. (27 de mayo de 2020). *Covid-19: por qué EE.UU. decidió investigar el origen de la pandemia*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-57268441>

BERMEJO, C. G. (12 de julio de 2020). *Salud con Lupa*. Obtenido de <https://saludconlupa.com/noticias/mas-de-200-medicos-y-enfermeras-fueron-atacados-por-el-estigma-asociado-al-virus-en->

- HUMAN RIGHTS WATCH. (12 de mayo de 2020). *El COVID-19 aumenta la xenofobia y el racismo contra los asiáticos en todo el mundo*. Recuperado de: <https://www.hrw.org/es/news/2020/05/12/el-covid-19-aumenta-la-xenofobia-y-el-racismo-contra-los-asiaticos-en-todo-el-mundo>
- INVESTIGACIÓN, F. C. (16 de agosto de 2021). *fundar.org.mx*. Obtenido de <https://fundar.org.mx/publicidad-oficial-2020/>
- JORNADA, L. (03 de enero de 2022). *jornada.com.mx*. Obtenido de México, uno de los países con más uso de redes sociales: experto: <https://www.jornada.com.mx/notas/2022/01/03/sociedad/mexico-uno-de-los-paises-CON-MAS-USO-DE-REDES-SOCIALES-EXPERTO/>
- LOMELÍ, F. H. (1996). <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/>. Obtenido de <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/>
- LOPES, T. D. (24 de Octubre de 2021). Grupo Crónicas Revista. Obtenido de grupocronicasrevista.org: <https://grupocronicasrevista.org/2021/10/24/covid-19-y-seguridad-de-datos-en-el-sector-salud/>
- LUPA, S. C. (11 de agosto de 2020). *saludconlupa.com*. Obtenido de <https://saludconlupa.com/comprueba/los-termometros-infrarrojos-no-matan-las-neuronas-ni-afectan-la-salud-de-las-personas/>
- MAZUMDARU, S. (20 de junio de 2022). *www.dw.com*. Obtenido de <https://www.dw.com/es/maria-ressa-en-dw-las-mentiras-se-difunden-m%C3%A1s-r%C3%A1pido-que-los-hechos/a-62195877>
- MX, A. D. (2020). *www.asociaciondeinternet.mx*. Obtenido de [https://irp-cdn-multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/16%20Estudio%20sobre%20los%20Ha%CC%81bitos%20de%20los%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Me%CC%81xico%202020%20versio%CC%81n%20pu%CC%81blica.pdf](https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/16%20Estudio%20sobre%20los%20Ha%CC%81bitos%20de%20los%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Me%CC%81xico%202020%20versio%CC%81n%20pu%CC%81blica.pdf)
- MX, A. D. (mayo de 2021). *www.asociaciondeinternet.mx*. Obtenido de <https://irp-cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/17%C2%B0%20Estudio%20sobre%20los%20Ha%CC%81bitos%20de%20los%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Me%CC%81xico%202021%20v16%20Publica.pdf>
- ONU, N. (19 de marzo de 2020). *news.un.org*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2020/03/1471482>

- ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD. (01 de mayo de 2020). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra el COVID-19*. Recuperado de: <https://www.paho.org/es/documentos/entender-infodemia-desinformacion-lucha-contra-covid-19>
- PABLO, M. F. (mayo de 1986). *La desinformación en la sociedad actual*. Obtenido de dialnet.unirioja.es
- PARRA, J. C. (11 de noviembre de 2019). *Instituto para el Futuro de la Educación*. Obtenido de <https://observatorio.tec.mx/edu-bits-blog/derecho-a-la-informacion-y-responsabilidad-etica#:~:text=La%20obligaci%C3%B3n%20de%20brindar%20informaci%C3%B3n,particulares%20que%20pudieran%20acentuar%20o>
- POLÍTICO, R. A. (23 de marzo de 2020). *animalpolitico.com*. Obtenido de <https://www.animalpolitico.com/2020/03/no-dejen-de-salir-amlo-coronavirus-covid19/>
- POMBO, L. P. (s.f.). *La Influenza en México: liderazgo político y comunicación en crisis*. Obtenido de [colef.mx: https://www.colef.mx/evento/la-influenza-en-mexico-liderazgo-politico-y-comunicacion-en-crisis/](https://www.colef.mx/evento/la-influenza-en-mexico-liderazgo-politico-y-comunicacion-en-crisis/)
- RODRÍGUEZ ANDRÉS, R. (21 de enero de 2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora*. Obtenido de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/59843-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456549394-2-10-20180508.pdf>
- SALUD, O. P. (18 de mayo de 2009). *www.paho.org*. Obtenido de https://www.paho.org/disasters/dmdocuments/Modulo13_EjecucionDelPlanDeComunicacionesDuranteUnaPandemiaGrave.pdf
- STAFF, F. (30 de noviembre de 2020). *forbes.com.mx*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/noticias-oms-mexico-tomar-en-serio-pandemia-covid19/>
- SIGNIFICADOS.COM. (08 de mayo de 2022). *significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/responsabilidad/>
- FINANCIERO, E. (12 de junio de 2020). *elfinanciero.com.mx*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/oms-pide-a-gobiernos-de-mexico-y-america-dar-mensajes-consistentes-sobre-covid-19/>
- INVESTIGACIÓN, F. C. (16 de agosto de 2021). *fundar.org.mx*. Obtenido de <https://fundar.org.mx/publicidad-oficial-2020/>

- MORALES, C. A. (2022). *La semiótica de la frontera entre México y Estados Unidos: el factor laboral como rasgo distintivo*. Morelia México: UMSNH.
- POLÍTICO, R. A. (23 de marzo de 2020). *animalpolitico.com*. Obtenido de <https://www.animalpolitico.com/2020/03/no-dejen-de-salir-amlo-coronavirus-covid19/>
- STAFF, F. (30 de noviembre de 2020). *forbes.com.mx*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/noticias-oms-mexico-tomar-en-serio-pandemia-covid19/>
- ULFGARD, R. V. (04 de 10 de 2015). *eluniversal.com.mx*. Obtenido de Discursos, pobreza y la agenda hacia 2030: <https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/rebecka-villanueva-ulfgard/nacion/2015/10/4/discursos-pobreza-y-la>
- VEGA, A. (18 de junio de 2020). *animalpolitico.com*. Obtenido de <https://www.animalpolitico.com/2020/06/pobladores-chiapas-fumigaciones-dengue-hospitales-covid-19/>

Videos de Internet:

- NOTIMEXTV. (2 de marzo de 2020). *YouTube.com*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=MoA8CRXiUJg>
- NOTIMEX. (07 de abril de 2020). *UnoTv.com*. Obtenido de <https://www.unotv.com/noticias/estados/nuevo-leon/detalle/coronavirus-queman-hospital-de-sabinas-por-miedo-a-contagio-de-covid-19-561278/>
- MELODIJOADELAOFICIAL. (25 de mayo de 2021). *YouTube.com*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=M_i9P0G0T8E
- MÉXICO, G. D. (18 de marzo de 2020). *YouTube.com*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=M_i9P0G0T8E
- MÉXICO, G. D. (06 de mayo de 2020). *La infodemia/ Gobierno de México*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=rm42MpjuBek>
- MÉXICO, G. D. (17 de abril de 2019). *youtube.com.mx*. Obtenido de Gobierno de México: <https://www.youtube.com/watch?v=sKU7D6J-R5E&t=1775s>
- MUNZER, S. (18 de abril de 2020). *YouTube.com*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=UnPvFmJFI68>

NMAS. (05 de junio de 2020). *youtube.com.mx*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=JFK1WEIGTxU>

NMAS. (14 de julio de 2020). *Indigenes agreden a médico en Paracho, Michoacán*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=6DP1h4b4-v8>

ORLOWSKI, J. (Dirección). (2020). *El dilema de las redes sociales* [Película].

TELEMUNDO, N. (12 de marzo de 2020). *Youtube.com*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=hcBE4ejLVmM>

ANEXOS

ANEXO 1



Oficina de la Abogada General
Unidad de Transparencia

Ciudad de México, a 14 de diciembre de 2021.

Estimado (a) Solicitante:

Me refiero a la solicitud de información con número de folio **330026921000923** ingresada por Usted a esta Unidad de Transparencia de la Secretaría de Salud, en los términos siguientes:

Modalidad preferente de entrega de información

Entrega por internet en la PNT

Descripción clara de la solicitud de información

"Por medio de la presente y haciendo uso del reconocimiento a mi derecho de acceso a la información pública que me otorga la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, me gustaría saber y estar informado sobre la siguiente:

1.- *¿Qué campaña de comunicación social, publicidad oficial y/o comunicación empleó la secretaria de salud para informar sobre la pandemia de SARS-CoV-2 ante la llegada al territorio mexicano?*

2.- *¿El gasto ejercido en comunicación social y/o publicidad oficial para informar sobre la pandemia COVID-19?*

3.- *El plan de comunicación social que empleó la Secretaría de Salud a cerca de la pandemia COVID-19, así como todos los medios de comunicación que utilizó para informar sobre el mismo.*

4.- *Si la Secretaría de Salud, elaboró alguna campaña de comunicación para hacer frente a la denominada infodemia en medios de comunicación digital, de ser asertiva ¿En qué consistió? ¿Cómo se manejo? y ¿A través de que medios de información y comunicación se difundió? "[Sic]*

Sobre el particular, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 121 y 133 al 136 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 39 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; en el artículo 10, 19 y 28 del Reglamento Interno de la Secretaría de Salud, le informo que la solicitud fue turnada al **Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud; Dirección General de Comunicación Social;** y a la **Dirección General de Promoción de la Salud;** mismas que en el ámbito de su competencia, dieron respuesta en los términos de los oficios que se anexan.

Sección/Área DCE

Av. Marqués Insular No. 50, Plana Baja, Col. Terceros, D. F. Miguel Hidalgo, Ciudad de México, C.P. 06000
Teléfono 5052-3500 ext. 54005, correo= unidadtransparencia@sf.gob.mx

EVAR



Asimismo, se hace de su conocimiento que derivado de la respuesta que otorga la Dirección General de Comunicación Social, en la cual pone a disposición la información en disco compacto (1 CD) previo pago de derechos, y derivado de que la información sobrepasa el límite permitido para notificarlo por la Plataforma Nacional de Transparencia (20 MB), es por lo cual le solicitamos se comunique a la Unidad de Transparencia al teléfono 55 50621600 a las extensiones 53305# y/o 53004# o bien mediante correo electrónico: unidadentlace@salud.gob.mx, con la finalidad de generarle el formato de pago correspondiente a razón de \$10 pesos por unidad de CD, más envío si lo desea y una vez realizado el pago se hará la entrega de la información.

Por otro lado, se le informa que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 142 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP), así como el 147 de la LFTAIP, usted cuenta con un término de quince días hábiles siguientes a la fecha de notificación de la respuesta a la solicitud de información, para la interposición del recurso correspondiente.

Finalmente, le comento que de tener alguna duda o aclaración respecto de la respuesta que se otorga, puede comunicarse al teléfono 5550621600 extensión 53003# y 53005#; o bien, mediante el correo electrónico: unidadentlace@salud.gob.mx.

Sin otro particular, le envío un cordial y afectuoso saludo.

Atentamente
Unidad de Transparencia
Secretaría de Salud

Secretaría de Salud

Dr. Patricia Becerra (Ho. 40), Plazuela de la Salud, Secretaría de Salud, Cuernavaca, C.P. 76000
Teléfono 5502 5000 ext. 53003 ó correo unidadentlace@salud.gob.mx

Firma:







- Desarrollo de lineamientos para la mitigación y prevención de COVID-19 en diferentes entornos, eventos, sectores y para grupos vulnerables.
- Diseño e implementación de la Estrategia de Comunicación de Riesgos, mediante diversos mecanismos para orientar e informar a la población, con el fin de crear un llamado a la acción para la mitigación y control de los contagios del SARS-Cov-2 (COVID-19).
- Desarrollo de talleres, capacitaciones, sesiones informativas y guías como herramientas para la toma de decisiones y para la implementación de acciones de comunicación de riesgos a nivel local.
- Elaboración del componente de comunicación de riesgos para la vacunación contra COVID-19 en la Política nacional rectora de vacunación contra el SARS-CoV-2 para la prevención de la COVID-19 en México.

2. ¿El gasto ejercido en comunicación social y/o publicidad oficial para informar sobre la pandemia COVID-19?

La Dirección General de Promoción de la Salud no genera ni posee la información solicitada por el peticionario, toda vez que se hace del conocimiento que de acuerdo con las facultades que le son conferidas por el artículo 28 del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, no le compete realizar gastos en comunicación social y/o publicidad oficial.

Además, se informa que esta Unidad Administrativa durante la pandemia por COVID-19 no ejerció recursos financieros para redes sociales, tales como Facebook y twitter, a través de las cuales se difundieron materiales sobre las medidas de prevención de la enfermedad, identificación de síntomas, atención médica, mitos y realidades de COVID-19, entre otros; con el fin de informar a la población sobre los riesgos a los que está expuesta y las medidas existentes, que les permita participar en su mitigación y/o prevención.

3.- El plan de comunicación social que empleó la Secretaría de Salud acerca de la pandemia COVID-19, así como todos los medios de comunicación que utilizó para informar sobre el mismo.

La Dirección General de Promoción de la Salud no genera ni posee la información solicitada por el peticionario, toda vez que de acuerdo con las atribuciones que le son conferidas por el artículo 28 del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, no le compete realizar planes de comunicación social, por tal motivo esta Unidad Administrativa se declara incompetente.

4.- Si la Secretaría de Salud, elaboró alguna campaña de comunicación para hacer frente a la denominada infodemia en medios de comunicación digital, de ser asertiva ¿En qué consistió? ¿Cómo se maneja? y ¿A través de que medios de información y comunicación se difundió?

La Dirección General de Promoción de la Salud no genera ni posee la información solicitada por el peticionario, toda vez que de acuerdo con las atribuciones que le son conferidas por el artículo 28 del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, no le compete realizar campañas de comunicación para hacer frente a la denominada infodemia en medios de comunicación digital, por lo que se declara incompetente de lo solicitado en el punto que se contesta.

Lo anterior, en virtud de que esta Dirección General es una Unidad Técnico Normativa, cuya misión es normar, planear, coordinar, supervisar, evaluar y asesorar las acciones para promover la salud de la población en las entidades federativas, por medio de la elaboración y difusión de normas, modelos operativos, documentos técnicos y materiales de apoyo, así como la capacitación.





personal responsable a nivel estatal. Por lo expuesto, no se está en posibilidad de proporcionar la información solicitada por el peticionario.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Atentamente

El Enlace de Transparencia para la atención a las solicitudes de Información de la Dirección General de Promoción de la Salud.

Lic. Rocío Gabriela García Magos

C.c.p. Dr. Ricardo Cortés Alcalá - Director General de Promoción de la Salud
M. C.

		Rubrica
Elaboró:	Lic. Olga Lilia Espinosa Ariza	
Revisó y autorizó:	Lic. Rocío Gabriela García Magos	



SALUD Elaboración de un plan de salud para el personal de la planta

El personal de la planta de producción de la empresa debe estar protegido por un plan de salud que cubra los aspectos de prevención, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades. Este plan debe ser elaborado por un médico y debe ser aprobado por el personal de la planta.

El plan de salud debe incluir los siguientes aspectos: 1) Diagnóstico de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 2) Prevención de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 3) Tratamiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 4) Seguimiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 5) Educación del personal de la planta sobre la salud.

El plan de salud debe ser elaborado por un médico y debe ser aprobado por el personal de la planta.

El plan de salud debe incluir los siguientes aspectos: 1) Diagnóstico de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 2) Prevención de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 3) Tratamiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 4) Seguimiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 5) Educación del personal de la planta sobre la salud.

El plan de salud debe ser elaborado por un médico y debe ser aprobado por el personal de la planta.

El plan de salud debe incluir los siguientes aspectos: 1) Diagnóstico de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 2) Prevención de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 3) Tratamiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 4) Seguimiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 5) Educación del personal de la planta sobre la salud.

El plan de salud debe ser elaborado por un médico y debe ser aprobado por el personal de la planta.

El plan de salud debe incluir los siguientes aspectos: 1) Diagnóstico de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 2) Prevención de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 3) Tratamiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 4) Seguimiento de las enfermedades que afectan al personal de la planta. 5) Educación del personal de la planta sobre la salud.

El plan de salud debe ser elaborado por un médico y debe ser aprobado por el personal de la planta.



SALUD

El acceso que se permite a los reportes de salud es un mecanismo de transparencia fundamental de la información de salud pública. El presente artículo describe los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública y se describen los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.

Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública. Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.

El presente artículo describe los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública. Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública. Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.

Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.

Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.

ANEXAMENI

El presente artículo describe los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública. Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.

Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.

Los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública son los datos de salud pública que se reportan en el portal de datos abiertos de salud pública.





Dirección General de Comunicación Social

Ciudad de México, a 02 de diciembre de 2021
Oficio No. DGCS-2111-2021
Asunto: Respuesta a la solicitud de información,
folio número 330026921000923.

Lic. Héctor Aarón Borja Ruíz
Director en la Unidad Transparencia
de la Secretaría de Salud.
Av. Marina Nacional, No. 60, P.B., Col. Tacuba,
D.T. Miguel Hidalgo, Ciudad de México, C.P 11410.
Presente



En atención al correo electrónico de fecha 01 de noviembre del año en curso y de conformidad con los artículos 61, fracciones II, IV y V, 133, 134 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, respecto de la solicitud de información folio número 330026921000923, que a la letra dice:

Descripción clara de la solicitud de información:

"Por medio de la presente y haciendo uso del reconocimiento a mi derecho de acceso a la información pública que me otorga la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, me gustaría saber y estar informado sobre lo siguiente:

- 1.- ¿Qué campaña de comunicación social, publicidad oficial y/o comunicación empleó la secretaría de salud para informar sobre la pandemia de SARS-CoV-2 ante la llegada al territorio mexicano?***
- 2.- ¿El gasto ejercido en comunicación social y/o publicidad oficial para informar sobre la pandemia COVID-19?***
- 3.- El plan de comunicación social que empleó la Secretaría de Salud a cerca de la pandemia COVID-19, así como todos los medios de comunicación que utilizó para informar sobre el mismo.***
- 4.- Si la Secretaría de Salud, elaboró alguna campaña de comunicación para hacer frente a la denominada infodemia en medios de comunicación digital, de ser asertiva ¿En qué consistió? ¿Cómo se manejó? y ¿A través de qué medios de información y comunicación se difundió?"***

Al respecto, la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, pone a disposición de la persona solicitante en un CD que se anexa, información generada por esta Unidad Administrativa; la cual, la encontrará en diversos archivos que a modo de anexos se incorporan en el cuerpo del presente pronunciamiento; en el formato en que fue generada dicha información se satisfacen diversos requerimientos planteados en la solicitud de mérito, respecto de los cuales se encontró información en nuestros archivos, sin que por ello se deba entender que su alcance pretenda dar cuenta en su totalidad de "el plan de comunicación social que empleó la Secretaría de Salud acerca de la pandemia COVID-19, así como todos los medios de comunicación que utilizó para informar sobre el mismo", pues la información que proporcionamos se circunscribe estrictamente al ámbito de las actividades realizadas al respecto por esta Unidad Administrativa.

Av. Marina Nacional No. 60, Col. Tacuba, CP 11410, DT Miguel Hidalgo, Ciudad de México
Tel. www.gob.mx/salud





Ofrecemos igualmente información contextual respecto a la pandemia provocada por el virus SARS-CoV-2, a fin de ubicar el cuadro de realidad en el cual se verifica la actividad de comunicación social implementada por esta Área.

En relación con el numeral 1 de la solicitud, se informa que la Secretaría de Salud realizó la siguiente difusión, a través de los servicios de publicidad comercial:

- Mensaje extraordinario: Medidas de prevención y atención contra la COVID-19, a través de 11 estaciones de radio, 12 portales de internet y dos medios impresos, la difusión se realizó del 6 de abril al 6 de mayo de 2020.
- En mayo de 2020 se publicó la "Convocatoria de Médicos del Bienestar", en el marco de la COVID-19, en 19 medios impresos de circulación nacional y local.
- En marzo de 2021 se realizó la producción de la campaña Vacunación contra COVID-19, versión: Varias, la cual se difundió a través de radio y también mediante tiempos oficiales de radio y televisión.

En relación al numeral 2 de la solicitud, se anexa cuadro del gasto ejercido por la Dirección General de Comunicación Social en relación con las Campañas bajo el tema de la COVID-19.

AÑO	CONCEPTO	MONTO
2020	Mensaje Extraordinario Medidas de Prevención y Atención contra el COVID-19, versión: Varias.	\$ 3,178,729.20
2020	Servicio para la publicación de la Convocatoria Especial para la atención del COVID-19.	\$ 10,232,819.93
2021	Servicio de Producción de Tres Spots de 30 seg. Para Televisión y Radio de la Campaña "Vacunación contra Covid-19" versión Varias	\$ 3,000,000.00
2021	Spot de 30 segundos del servicio en radio difusión de la campaña Vacunación contra COVID-19, versión Varias.	\$ 32,959.08

Sobre el numeral 3 de la solicitud, y después de realizar una búsqueda exhaustiva en los archivos de esta Unidad Administrativa, se hace referencia a la información encontrada y que se relaciona con el punto señalado:

Antecedentes

El documento "Actualización Epidemiológica Nuevo Coronavirus"¹, publicado conjuntamente por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), precisó en su momento que el 31 de diciembre de 2019, el municipio de Wuhan en la provincia de Hubei, China, informó sobre un grupo de casos de neumonía con etiología desconocida. El 30 de enero de 2020, con más de 9,700 casos

¹ Actualización Epidemiológica Nuevo Coronavirus. OPS
<https://www.paho.org/hispanol/topics/emergency-preparedness-and-response/2020-nuevo-coronavirus-covid-19-actualizacion-epidemiologica/category:stage2020-emergency-preparedness-and-response/2020-01-30>





En México, hasta el 26 de marzo de 2020, la Secretaría de Salud, confirmó 585 casos para COVID-19, y ocho defunciones. Por lo que, en ese momento, para evitar su propagación se implementaron diversas medidas de mitigación, las cuales se encuentran en los documentos elaborados por la Secretaría de Salud *Lineamiento general espacios públicos cerrados en COVID-19 y Lineamiento general espacios públicos abiertos en COVID-19*².

Médicas. - Se refieren a la atención oportuna en caso de enfermedad y a los servicios médicos.

No médicas. - En las cuales tiene injerencia directa la población, es decir, acciones encaminadas a lograr cambios de hábitos o comportamientos para evitar riesgos y proteger la salud.

Las medidas básicas de higiene personal y del entorno que deben de realizarse siempre y que protegen no solo del coronavirus SARS-CoV-2 sino también de diversas enfermedades infecciosas, son:

- Lavarse las manos frecuentemente con agua y jabón (de 10 a 20 veces diarias), al llegar de la calle, periódicamente durante el día, después de tocar áreas de uso común, después de ir al baño, tocar dinero y antes de comer o preparar alimentos.
- Cubrirse la nariz y la boca con un pañuelo desechable o con ángulo interno del brazo, al toser o estornudar. En caso de tener sintomatología es necesario lavarse las manos después de limpiarse la nariz.
- Resguardo protector en casa cuando se tienen padecimientos respiratorios y acudir a recibir atención médica si se presentan síntomas de enfermedad grave.
- Nunca escupir en el suelo. Si es necesario escupir, hacerlo en un pañuelo desechable, tirarlo a la basura y lavarse las manos.
- Mantener la higiene adecuada de los entornos (albergues, centros de reunión, etc.), ventilarlos y permitir la entrada de luz solar.
- No tocarse nariz, boca y ojos con las manos sucias.
- No saludar de beso, mano o abrazo.
- Lavar y/o planchar frecuentemente bufandas, abrigos, rebozos, batas, pashminas, mandiles, etc., de preferencia después de cada uso.

Lavado de manos frecuente con jabón y agua es importante lavarse las manos con la técnica correcta ya que:

• El virus SARS-CoV-2 sobrevive en superficies lisas que tocamos con las manos manteniendo por este tiempo su capacidad de contagiar.

- Disminuye hasta en un 45% las consultas médicas por infecciones respiratorias.

² Secretaría de Salud en <https://www.salud.gob.mx/> Lineamiento general espacios públicos cerrados en COVID-19 y Lineamiento general espacios públicos abiertos en COVID-19, <https://www.gob.mx/salud/acciones-y-programas/lineamiento-espacios-cerrados-274e2000-1070-e011-0001-000000000000> y <https://www.salud.gob.mx/salud/acciones-y-programas/lineamiento-espacios-abiertos-07062020ad>





- Utilizar agua y jabón, constituye a evitar el contagio.
- No solo protege de COVID-19, sino de otras enfermedades.
- El uso de gel antibacterial con base de alcohol es también efectivo para la eliminación de virus y bacterias, y se recomienda su uso cuando no se tenga la oportunidad de lavarse las manos con agua y jabón.
- Al finalizar NO aplicar crema para manos, ya que esto ocasiona que los virus permanezcan adheridos por más tiempo a la piel y, por lo tanto, es más factible diseminarlos al tocar los objetos o superficies.
- El virus de COVID-19 viaja a través de las gotitas de saliva que se expulsan al estornudar o toser hasta a 1.5 metros de distancia por lo que se debe de utilizar la técnica para estornudar o toser".

Asimismo, el 24 de marzo de 2020, se emitió el ACUERDO por el que se establecen las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), en el cual en los Considerandos se establece "...Que en términos de la Ley General de Salud, a la Secretaría de Salud le corresponde elaborar y llevar a cabo, en coordinación con las instituciones del sector salud y con los gobiernos de las entidades federativas, programas o campañas temporales o permanentes para el control o erradicación de aquellas enfermedades transmisibles que constituyan un problema real o potencial para la salubridad general de la República, dentro del que se encuentra el brote por virus SARS-CoV2 (COVID-19) en el territorio nacional..."

En su artículo Primero se señala que a través de dicho Acuerdo se establecen las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19). Y que para efectos del Acuerdo se entenderá por medidas preventivas, aquellas intervenciones comunitarias definidas en la "Jornada Nacional de Sana Distancia", que tienen como objetivo el distanciamiento social para la mitigación de las transmisión poblacional del virus SARS-CoV2 (COVID-19), disminuyendo así el número de contagios de persona a persona y por ende el de propagación de la enfermedad, con especial énfasis en grupos vulnerables, permitiendo además que la carga de enfermedad esperada no se concentre en unidades de tiempo reducidas, con el subsecuente beneficio de garantizar el acceso a la atención médica hospitalaria para los casos graves.

En su Artículo Segundo precisa las medidas preventivas que los sectores público, privado y social deberán poner en práctica, en los incisos de a) al e), y precisa en el inciso f), que las demás que en su momento se determinen necesarias por la Secretaría de Salud, se harán del conocimiento de la población en general, a través del titular de la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud.

El ACUERDO por el que se establecen las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19), del 24 de marzo de 2020, en los párrafos quinto y sexto del CONSIDERANDO, y en sus artículos Primera y Segundo, señala que:

"... en términos de la Ley General de Salud, a la Secretaría de Salud le corresponde elaborar y llevar a cabo, en coordinación con las instituciones del sector salud y con los gobiernos





confirmados en China y 106 casos confirmados en otros 19 países, el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que el brote era una emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII), aceptando los consejos del Comité de Emergencia del Reglamento Sanitario Internacional (RSI). El 11 de febrero, siguiendo las mejores prácticas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para nombrar nuevas enfermedades infecciosas humanas, la OMS denominó a la enfermedad, COVID-19, abreviatura de la "enfermedad por coronavirus 2019" (por sus siglas en inglés).

Desde la actualización de la OPS/OMS sobre el nuevo coronavirus publicada el 14 de febrero de 2020, y hasta el 28 de febrero de 2020, se notificaron 34,562 casos adicionales de COVID-19 en todo el mundo, incluyendo 1,475 muertes adicionales. Veinticinco nuevos países informaron casos de COVID-19 por primera vez. Entre el 31 de diciembre de 2019 y el 28 de febrero de 2020, se notificaron 83,631 casos confirmados por laboratorio de COVID-19, incluidas 28,958 muertes, en 51 países.

En ese momento, la mayoría de los casos (94%) y muertes (98%) se registraron en China y dentro de China, la provincia de Hubei presentó la mayoría de los casos (83%) y las muertes (96%). El número de casos reportados en China y potencialmente en otros países fue probablemente una subestimación, si consideramos la capacidad de las pruebas diagnósticas y los criterios y el alcance de la definición de caso, junto con la aparición de casos leves y asintomáticos. Según los hallazgos de una Misión Conjunta OMS-China el 25 de febrero, el brote epidémico en China alcanzó su punto máximo y se estabilizó entre el 23 de enero y el 2 de febrero y el número de casos disminuyó constantemente en ese momento.

Fuera de China, 50 países en las 6 regiones de la OMS informaron casos confirmados, la Región del Pacífico Occidental (WPRO, 8 países, excluyendo China) la Región Sudeste (SEAPRO, 4 países), la Región de las Américas (AMPRO, 4 países), la Región Europea (EURO, 22 países), la Región del Mediterráneo Oriental (EMRO, 20 países) y la Región de África (AFRO, 2 países).

En aquel momento, se contabilizaron 705 casos, incluidas 4 muertes, asociados con el crucero *Diamond Princess*. Asimismo, la mayoría de los casos reportados en las regiones EMRO y EURO tuvieron antecedentes de viajes a Irán e Italia, respectivamente.

Al mismo tiempo, dos países de la región notificaron por primera vez casos confirmados de COVID-19: Brasil (1) y México (2); los 3 casos tenían antecedentes de viaje a Lombardía, Italia, antes de la aparición de los síntomas. Entre el 21 de enero y el 28 de febrero, fueron notificados 33 casos confirmados de COVID-19 en cuatro (4) países; los Estados Unidos de América (15 casos), Canadá (12 casos, incluido un caso presumiblemente confirmado), Brasil (1 caso) y México (2 casos).

El primer caso confirmado de COVID-19 en los Estados Unidos de América se informó el 21 de enero de 2020, desde entonces y hasta el 28 de febrero, se reportaron un total de 459 personas bajo investigación (PUI) por sus siglas en inglés) que fueron detectadas y diagnosticadas en los Estados Unidos de América, incluidos 15 casos confirmados en 6 estados (Arizona, California, Illinois, Massachusetts, Washington y Wisconsin). De los 15 casos confirmados, 12 estaban relacionados con viajes, y 3 ocurrieron por transmisión de





persona a persona. Uno de estos casos, en el estado de California no tenía una fuente conocida de infección o contacto en un caso conocido de COVID-19, lo que indica una posible diseminación en la comunidad. Además, 3 personas fueron repatriadas desde Wuhan, China, y 44 personas desde el Crucero *Diamond Princess*, que resultaron positivos para COVID-19.

El primer caso confirmado en Canadá se informó el 25 de enero de 2020. Hasta el 28 de febrero se habían notificado 15 casos confirmados en Canadá de COVID-19 (incluido un caso probable de confirmación), en las provincias de Ontario (7), Columbia Británica (7), y Quebec (1). Entre los casos confirmados, el sitio de transmisión en 2 casos estaba bajo investigación, 2 se debieron a la transmisión de persona a persona entre contactos cercanos de casos confirmados, 3 estuvieron expuestos en Irán y los 8 restantes tenían antecedentes de viaje a China.

El primer caso confirmado en Brasil se informó el 26 de febrero de 2020. El caso fue en un hombre de 61 años, residente del municipio de Sao Paulo, con antecedentes de viajes a la región de Lombardía en Italia y que tenía síntomas leves. El caso no informó contacto conocido con un caso sospechoso de COVID-19. Además, según el Ministerio de Salud de Brasil al 28 de febrero, se registraron 182 casos sospechosos, en 16 unidades federales.

Los primeros casos confirmados en México se informaron el 28 de febrero de 2020, un caso en la Ciudad de México y otro en el Estado de Sinaloa. Ambos tenían antecedentes de viaje a la región de Lombardía en Italia antes de los síntomas.

En el contexto mencionado que se presentaba en la región y, hasta ese momento, debido a la potencial importación de casos de COVID-19, la OPS/OMS recomendó a los Estados Miembros reforzar las actividades de vigilancia para detectar de forma temprana los casos sospechosos de COVID-19, detectar eventos respiratorios inusuales y garantizar que los trabajadores de salud tuvieran acceso a información actualizada sobre la enfermedad, y familiarizarse con los principios y procedimientos para controlar las infecciones por COVID-19 y contar con personal capacitado para consultar el historial de viajes de un paciente para vincular esta información con los otros datos clínicos.

Asimismo, el 30 de enero de 2020, la Organización Mundial de la Salud, siguiendo la recomendación del Comité de Emergencia, del director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), doctor Tedros Adhanom Ghebreyesus, declaró el brote del nuevo coronavirus (2019-nCoV) como una emergencia de salud pública de importancia internacional. "Se espera que una mayor exportación internacional de casos pueda aparecer en cualquier país. Por lo tanto, todos los países deben estar preparados para la contención, incluida la vigilancia activa, la detección temprana, el aislamiento y el manejo de casos, el rastreo de contactos y la prevención de la propagación de la infección por COVID-19."

"Los países deben hacer hincapié en la reducción de la infección humana, la prevención de la transmisión secundaria y la propagación internacional, y contribuir a la respuesta internacional a través de la comunicación y la colaboración multisectoriales y la participación activa para aumentar el conocimiento sobre el virus y la enfermedad, así como avanzar en la investigación".





de las entidades federativas, programas o campañas tempranas o permanentes para el control o erradicación de aquellas enfermedades transmisibles que constituyan un problema real o potencial para la salubridad general de la República, dentro del que se encuentra el brote por virus SARS-CoV2 (COVID-19) en el territorio nacional..”

Que, asimismo, el citado ordenamiento legal establece que, en caso de epidemia de carácter grave, peligro de invasión de enfermedades transmisibles, situaciones de emergencia o catástrofe que afecten al país, la dependencia que se refiere el considerando anterior dictará inmediatamente las medidas indispensables para prevenir y combatir los daños a la salud, a reserva de que tales medidas sean después sancionadas por el presidente de la República.”

ARTÍCULO PRIMERO. - El presente Acuerdo tiene por objetivo establecer las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19)

Para los integrantes del Sistema Nacional de Salud será obligatorio el cumplimiento de las disposiciones del presente Acuerdo.

Las autoridades civiles, militares y los particulares, así como las dependencias y entidades de los tres órdenes de gobierno, estarán obligadas a la instrumentación de las medidas preventivas contra la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), a que se refiere el primer párrafo de este artículo.

Para efectos de este Acuerdo se entenderá por medidas preventivas, aquellas intervenciones comunitarias definidas en la "Jornada Nacional de Sana Distancia"; que tienen como objetivo el distanciamiento social para la mitigación de la transmisión poblacional de virus SARS-CoV2 (COVID-19), disminuyendo así el número de contagios de persona a persona y por ende el de propagación de la enfermedad, con especial énfasis en grupos vulnerables permitiendo además que la carga de enfermedad esperada no se concentre en unidades de tiempo reducidas, con el subsecuente beneficio de garantizar el acceso a la atención médica hospitalaria para los casos graves.

ARTÍCULO SEGUNDO. - Las medidas preventivas que los sectores público, privado y social deberán poner en práctica son las siguientes:

- a) Evitar la asistencia a centros de trabajo, espacios públicos y otros lugares concurridos, a los adultos mayores de 65 años o más y grupos de personas con riesgo a desarrollar enfermedad grave y/o morir a causa de ella, quienes, en todo momento en su caso, y a manera de permiso con goce de sueldo, gozarán de su salario y además prestaciones establecidas en la normatividad vigente indicada en el inciso c) del presente artículo. Estos grupos incluyen mujeres embarazadas o en período de lactancia, menores de 5 años, personas con discapacidad, personas con enfermedades crónicas no transmisibles (personas con hipertensión arterial; pulmonar; insuficiencia renal, lupus, cáncer, diabetes mellitus, obesidad, insuficiencia hepática o metabólica, enfermedad cardíaca), o con algún padecimiento o tratamiento farmacológico que les genera supresión del sistema inmunológico:





- b) Suspender temporalmente las actividades escolares en todos los niveles, hasta el 17 de abril del 2020, conforme a lo establecido por la secretaria de Educación Pública;
- c) Suspender temporalmente las actividades de los sectores público, social y privado que involucren la concentración física, tránsito o desplazamiento de personas a partir de la entrada en vigor de este Acuerdo y hasta el 19 de abril del 2020.

Las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y las organizaciones de los sectores social y privado, deberán instrumentar planes que garanticen la continuidad de operaciones para el cumplimiento de sus funciones esenciales con la mitigación y control de los riesgos para salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) y garantizar los derechos humanos de las personas trabajadoras, en particular los señalados en el inciso a) del presente artículo, y de los usuarios de sus servicios.

En el sector público, los Titulares de las Áreas de Administración y Finanzas u homólogos o bien las autoridades competentes en la institución de que se trate, determinarán las funciones esenciales a cargo de cada institución, cuya continuidad deberá garantizarse conforme al párrafo anterior.

En el sector privado continuarán laborando las empresas, negocios, establecimientos mercantiles y todos aquellos que resulten necesarios para hacer frente a la contingencia de manera enunciativa, hospitales, clínicas, farmacias, laboratorios, servicios médicos, financieros, telecomunicaciones y medios de información, servicios hoteleros y de restaurantes, gasolineras, mercados, secretaría, misceláneas, servicios de transportes y distribución de gas, siempre y cuando no correspondan a espacios cerrados con aglomeraciones.

Las relaciones laborales se mantendrán y aplicarán conforme a los contratos individuales, colectivos, contratos ley o Condiciones Generales de Trabajo que correspondan, durante el plazo al que se refiere el presente Acuerdo y al amparo de la Ley Federal del Trabajo y la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado reglamentaria del Apartado B del Artículo 123 Constitucional.

Todo lo anterior, con estricto respeto a los derechos laborales de las y los trabajadores, en los sectores públicos, social y privado:

- d) Suspender temporalmente y hasta nuevo aviso de la autoridad sanitaria, los eventos masivos y las reuniones y congregaciones de más de 100 personas;
- e) Cumplir las medidas básicas de higiene consistentes en lavado frecuente de manos, estornudar o toser cubriendo boca y nariz con un pañuelo desechable o con el antebrazo; saludar aplicando las recomendaciones de sana distancia (evitar saludar de beso, de mano o abrazo) y recuperación efectiva para las personas que presenten síntomas de SARS-CoV-2 (COVID-19) (evitar contacto con otras personas, desplazamientos en espacios públicos y mantener la sana distancia durante los 15 días posteriores al inicio de los síntomas), y





- f) Las demás que en su momento se determinen necesarias por la Secretaría de Salud, mismas que se harán del conocimiento de la población en general, a través del titular de la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud.

Lo anterior, se reforzó el 30 de marzo de 2020 con el ACUERDO por el que se declara como emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), que precisa en sus artículos:

"Primero. Se declara como emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor, a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19).

Segundo. La Secretaría de Salud determinará todas las acciones que resulten necesarias para atender la emergencia prevista en el numeral anterior."

En este contexto, esta Unidad Administrativa realizó las siguientes acciones con el propósito de mantener informada a la población sobre las medidas preventivas que se implementaron para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implicaba la enfermedad provocada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), así como sobre diversos temas relacionados con dicha enfermedad.

- Del 7 de febrero de 2020 al 31 de octubre de 2021, se gestionaron 785 entrevistas de funcionarios y especialistas sobre la COVID-19, con diversos medios de comunicación: impresos, radio, televisión, agencias internacionales, portales y redes sociales informativas, sobre diversos temas relacionados con la COVID-19, como medidas de prevención, salud mental, investigación, medicamentos, confinamiento, donación de sangre, vacunas, tratamiento, Sana Distancia, Nueva Normalidad, entre otros. **(Anexo 1)**
- De enero de 2020 al 31 de octubre de 2021 fueron elaborados y difundidos 691 comunicados sobre diversos temas relacionados con la COVID-19, como: medidas de prevención, salud mental, investigación, medicamentos, confinamiento, donación de sangre, vacunas, tratamiento, Sana Distancia, Nueva Normalidad, entre otros. Para su consulta entrar al sitio: <https://www.gob.mx/salud/archivo/prensa?idiom=es>, **(Anexo 2)**
- De febrero de 2020 a octubre 2021, se dio cobertura a 582 conferencias de prensa en el marco de la COVID-19, así como a 262 eventos relacionados con dicha enfermedad. **(Anexo 3)**
- A través de las cuentas de redes sociales institucionales, de febrero de 2020 a octubre de 2021, se han publicado 19,230 materiales informativos sobre la COVID-19 que han significado un alcance de 4,647,563,595 usuarios y un total de 59,003,977 interacciones; por red social se registró la siguiente información: Facebook (@SecretariaSaludMX), 9,048 publicaciones, con un alcance de 4,398,182,691 usuarios, en Twitter (@Salud_mx), 9,911 publicaciones, con un alcance de 240,211,395 usuarios, y en Instagram (@ssalud_mx) 271 publicaciones, y un alcance de 9,169,509 usuarios





Los temas que se han difundido a través de las redes sociales son sobre: medidas de prevención (lavado de manos, estornudo de etiqueta, uso de cubrebocas, quédate en casa, etc.), Jornada Nacional de Sana Distancia; prevención y aclaración de información falsa; Convocatoria a "Médicos del Bienestar COVID-19"; #HéroesYHeroínasDeLaSalud; Donación de sangre, agradecimiento al personal de salud #GraciasPorCuidarnos, #Gracias y #PersonalDeSalud; conferencias de prensa informativas, llegadas de vacunas, entre otras. En las activaciones a través de redes sociales se dio difusión al sitio web www.coronavirus.gob.mx. Para más información sobre las activaciones por mes, número de publicaciones y alcance, puede consultar el **Anexo 4**.

- De abril de 2020 a junio de 2021, las Conferencias de prensa, Informe diario sobre coronavirus COVID-19 en México, realizadas en las instalaciones de Palacio Nacional, se difundieron a través de la página web de la Secretaría de Salud www.gob.mx/salud; así como por las redes sociales institucionales de Facebook (@SecretariadeSaludMx), Twitter (@SSalud-mx) y YouTube (Secretaría de Salud México). El alcance acumulado de usuarios que siguieron dichas conferencias registrado en Facebook y Twitter fue 256,216,911 personas, con 13,654,368 interacciones.
- En el periodo de mayo de 2020 a septiembre de 2021, se ha llevado a cabo la difusión de diversos Facebook Live y acciones de divulgación sobre cuidados de salud mental, previsión de riesgos sanitarios, COVID-19 y Salud Pública, recomendaciones para el personal médico, COVID-19 y embarazo, Lactancia materna y cursos en línea COVID-19, entre otros, realizados por los Servicios de Atención Psiquiátrica, Cofepris, INER, Conapred, INSP, CNTS, INPER, la Comisión Coordinadora de Institutos Nacionales de Salud y Hospitales de Alta Especialidad, etc. **(Anexo 5)**
- De febrero de 2020 a octubre de 2021, en la página web de la Secretaría de Salud (www.gob.mx/salud), han sido publicados más de 2,000 contenidos sobre temas relacionados con la COVID-19, como son: comunicados de prensa, informes técnicos, conferencias de prensa, videos, animaciones y blogs, entre otros. **(Anexo 6)**
- Del 6 de abril al 6 de mayo de 2020, se llevó a cabo la difusión del Mensaje extraordinario: Medidas de prevención y atención contra la COVID-19, a través de 11 estaciones de radio, 12 portales de internet y dos medios impresos. **(Anexo 7)**
- En mayo de 2020 se publicó la "Convocatoria de Médicos del Bienestar", en el marco de la COVID-19, en 19 medios impresos de circulación nacional y local. **(Anexo 7)**
- En marzo de 2021 se realizó la producción de la campaña Vacunación contra COVID-19, versión: Varias, la cual se ha difundido durante 2021 a través de radio comercial y de abril de 2021 a la fecha se transmiten mediante tiempos oficiales de radio y televisión. **(Anexo 7)**





- Se han diseñado más de 2,700 materiales informativos que se han publicado desde el inicio de la pandemia a la fecha, en las cuentas de redes sociales institucionales, sobre diversos temas relacionados con la COVID-19, como: micrositio de coronavirus, medidas de prevención, salud mental, donación de sangre, Quédate en casa, uso del cubreboca, Sana Distancia, Nueva Normalidad, agradecimiento al personal de salud, Convocatoria "Médicos del Bienestar COVID-19, donación de sangre, Regreso a clases, Fiestas decembrinas, Peregrinos, entre otros.
- En el periodo de marzo de 2020 a octubre de 2021, se elaboraron y difundieron 102 videos de llegadas de vacunas, así como 43 animaciones y cápsulas para redes sociales sobre donación de sangre, testimonios de pacientes recuperados, agradecimientos al personal de salud, uso de cubrebocas, lavado de manos, entre otros, en el marco de la COVID-19 **(Anexo 8)**
- En el marco de Semana Santa 2021 se realizaron diez animaciones en distintas lenguas indígenas, para invitar a la población a seguir las medidas de higiene contra la COVID-19, las cuales fueron publicadas y compartidas a través del ecosistema de la Secretaría de Salud, así como de las redes de medios públicos, y dependencias como el INALI, entre otras.

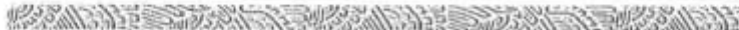
En septiembre de 2021, se elaboraron cuatro animaciones denominadas 1, 2, 3 Por la salud y la vida, para reforzar las medidas de higiene contra la COVID-19, y la atención a la salud mental, considerando el Regreso a clases presenciales, las cuales fueron publicadas y compartidas a través del ecosistema de la Secretaría de Salud, así como de las redes de medios públicos. Las animaciones son transmitidas actualmente también a través de tiempos oficiales de televisión a nivel nacional. **(Anexo 8)**

- Se integraron 608 carpetas informativas de notas publicadas en los diferentes medios de comunicación, relacionadas con el tema de COVID-19, elaboradas con el propósito de mantener informadas a las autoridades de las Unidades Administrativas de la Secretaría de Salud, para su conocimiento y la toma de decisiones, si fuera el caso. El total de notas captadas fue de 83,659. **(Anexo 9)**

Cabe mencionar que las carpetas informativas son de uso interno y cada una consta de 200 páginas en promedio.

En cuanto al numeral 4 de la solicitud, se anexa información sobre las activaciones que se realizaron por parte de esta Dirección General en medios de comunicación digital, a fin de hacer frente a la denominada infodemia.

De acuerdo con la información falsa que se publicó en su momento en diversos medios de comunicación y redes sociales, se realizaron materiales gráficos para aclarar a la población que los datos que se estaban difundiendo fuera de los canales oficiales de información eran falsos, por lo cual se hizo la difusión en las redes sociales institucionales de las aclaraciones pertinentes, realizándose 254





SALUD

SECRETARÍA DE SALUD

publicaciones, con un alcance de 151,847,886 usuarios y 2,933,791 interacciones.
(Anexo 10)

Dirección General de Comunicación Social

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

Atentamente

Judith Concepción Coronel Morales
Directora General de Comunicación Social

VCA/LEVA/sgb.
Sección / Serie 12C.6

Av. Alameda Nacional No. 46, Col. Tacubaya, CP- 04500, D.F. Miguel Alemán, Ciudad de México
Tel: www.gubmx/salud



ANEXO 5

Marzo, 2020

Infodemia y COVID-19: Numeralia



	Publicaciones	Alcance	Interacciones
Totales	123	143,717,546	2,191,643
	127	7,057,535	708,484
	14	1,072,805	33,664
	264	151,847,886	2,933,791