

74/2020

28 de mayo de 2020

*David Corral**

La huella del coronavirus en los
medios de comunicación

[Visitar la WEB](#)

[Recibir BOLETÍN ELECTRÓNICO](#)

La huella del coronavirus en los medios de comunicación

Resumen:

Contar con medios libres, independientes, plurales, accesibles y responsables es uno de los fundamentos de la democracia y un indicador de su nivel de calidad. El paso del coronavirus ha puesto a prueba su robustez, y no solo por su impacto sanitario. En un momento en el que el confinamiento ha disparado las audiencias y los consumos de contenidos, hasta niveles históricos, los medios han demostrado su enorme utilidad y necesidad cumpliendo con sus funciones esenciales: informar, educar y entretener (a las que la pandemia ha añadido una titánica tarea más, la lucha contra las *fake news*, bulos y falsedades). Pero cuanto más se está exigiendo, en cantidad y calidad, peor está el sector con el cierre de muchas cabeceras, la pérdida de empleos y de la publicidad o financiación que los sustentaba.

Palabras clave:

Medios de comunicación, coronavirus, democracia, libertad, información.

***NOTA:** Las ideas contenidas en los *Documentos de Opinión* son responsabilidad de sus autores, sin que reflejen necesariamente el pensamiento del IEEE o del Ministerio de Defensa.

The footprint of the coronavirus in the media

Abstract:

Having free, independent, pluralistic, accessible, and responsible media is one of the pillars of democratic quality. The proliferation of the coronavirus has put its mettle to the test, and not only because of its health impact. At a time when confinement has triggered audiences and content consumption to historic levels, the media has demonstrated its enormous usefulness and necessity by fulfilling its essential functions: informing, educating and entertaining (to which the pandemic has added yet another titanic task, the fight against fake news). But the more that is being demanded, in quantity and quality, the worse the sector is with the closure of many headlines, the loss of jobs and the advertising or financing that supported them.

Keywords:

Media, coronavirus, democracy, freedom, information.

Cómo citar este documento:

CORRAL, David. *La huella del coronavirus en los medios de comunicación*. Documento de Opinión IEEE 74/2020.

http://www.ieeee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2020/DIEEEO74_2020DAVCOR_medios.pdf y/o [enlace bie](#)³ (consultado día/mes/año)

Introducción

Los estragos que ha causado globalmente la irrupción del coronavirus SARS-CoV-2 (COVID-19) son de sobra conocidos. Miles de víctimas, más de la mitad de la humanidad confinada, daños económicos difíciles de estimar, etc. Pero su paso también ha dejado huellas positivas como la heroica labor de múltiples profesionales, las muestras continuas de solidaridad y generosidad, el respiro medioambiental o el impulso que ha dado al teletrabajo y a la Cuarta Revolución Industrial y sus tecnologías a las que no es ajena la prensa en cualquiera de sus formatos. Con la pandemia, los medios de comunicación se han visto doblemente inmersos en una transformación inédita. Mientras se busca desde hace años un nuevo modelo de negocio ante el agotamiento del actual, la emergencia sanitaria ha obligado a superar una paradoja provocada por el coronavirus. El confinamiento ha aumentado el consumo de información y de entretenimiento en televisiones, radio, web y redes, con Netflix reinando en los servicios OTT (*Over-The-Top*), YouTube en el *streaming* y las redes sociales o WhatsApp poniendo a prueba la resistencia de las redes con el móvil, y su amplio uso, como uno de los grandes protagonistas de esta crisis.

Sin embargo, aunque parezca incoherente, este «éxito» está siendo una competición llena de obstáculos que está mandando al banquillo, o directamente descalificando, a muchos y muy buenos participantes. Además, en esta complicada situación, el uso de la desinformación como arma está favoreciendo que, con el argumento de evitar su propagación, no sean pocos los gobiernos que estén adoptando o se planteen hacer todo tipo de legislaciones de control que puedan acabar silenciando o limitando a los medios de comunicación.

El respeto al derecho, acceso y libertades

El pasado 3 de mayo, se celebró el Día Mundial de la Libertad de Prensa, una fecha instituida en 1993 por la Asamblea General de las Naciones Unidas tras una iniciativa de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) para «fomentar la libertad de prensa en el mundo al reconocer que una prensa libre, pluralista e independiente es un componente esencial de toda sociedad

democrática». En este año tan marcado por la adversidad, la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)¹ ha instado a Gobiernos y partidos políticos, en un momento en que la pandemia del coronavirus hace de los periodistas y su función un bien público esencial para garantizar el derecho de los ciudadanos a la información veraz recogido en nuestra Constitución, a poner fin a las obstrucciones y presiones que sufre la libertad de prensa y a comprometerse en la defensa y protección del periodismo. Aunque el coronavirus nos mandase a nuestros hogares, la información no debe estar confinada. Los gobernantes, en un ejercicio lógico de responsabilidad política, deben informar con transparencia y el silencio o la ausencia no sirven como respuestas para que los ciudadanos entiendan la pandemia y colaboren en su derrota.

De una manera similar se pronunciaba la Asociación de Medios de Información que, junto con los principales medios del país, lanzó este 3 de mayo una campaña en la que denunciaba «la situación grave que sufren los medios y que se acentúa a raíz de la crisis del COVID-19 o de las presiones externas que, en ocasiones dificultan la labor del medio y el periodista para realizar su trabajo»². Su llamamiento fue muy claro: «apoyar al periodismo de claridad es apoyar a la democracia».

La Federación Internacional de Periodistas ha recogido en su Plataforma Mundial para el Periodismo de Calidad³, publicada el pasado 29 de abril, que «demasiados Estados se aprovechan de esta crisis para aumentar su poder autoritario, reforzar sus sistemas de vigilancia de la población o encarcelar a los periodistas cuando algunas empresas de medios de comunicación reducen los sueldos sin negociar, recortan las prestaciones o despiden al personal».

¹ “La FAPE insta a gobiernos y partidos a apoyar el periodismo como bien público esencial”, *FAPE*, 02/05/20. Disponible en: <http://fape.es/la-fape-insta-a-gobiernos-y-partidos-a-apoyar-el-periodismo-como-bien-publico-esencial/> Fecha de consulta: 20/05/20.

² “Los medios celebran el Día Mundial de la Libertad de Prensa con la publicación conjunta de una campaña para defenderla”, *AMI*, 03/05/20. Disponible en: <https://www.ami.info/los-medios-celebran-el-dia-mundial-de-la-libertad-de-prensa-con-la-publicacion-conjunta-de-una-campana-para-defenderla.html> Fecha de consulta: 20/05/20.

³ “Plataforma mundial para el periodismo de calidad, 29/04/20”, *IFJ*. Disponible en: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Plataforma_ES.pdf Fecha de consulta: 20/05/20.

Según los datos recogidos por el Instituto Internacional de la Prensa (IPI)⁴, los gobiernos de Europa aprovechan cada vez más la legislación de emergencia destinada a combatir el coronavirus para imponer restricciones que erosionan gravemente la libertad de prensa. En las últimas semanas, un número alarmante de gobiernos, especialmente de Europa Oriental y Central, han utilizado la actual crisis sanitaria como pretexto para restringir la libre circulación de la información y tomar medidas drásticas contra los medios de comunicación independientes. Las amenazas más graves se han observado hasta ahora en Estados con tendencias autoritarias como Hungría y Rusia, donde la pandemia se ha explotado para acaparar más poderes y reforzar el control sobre la información.

Reporteros Sin Fronteras (RSF), en su informe anual sobre la libertad de prensa⁵, advierte que los efectos derivados de la emergencia sanitaria global tendrán un fuerte impacto en el futuro del periodismo, marcado por un deterioro del derecho a una información libre, independiente y plural. Además, ha puesto de relieve la «clara correlación» entre la represión de la libertad de prensa registrada durante la crisis del coronavirus y el lugar que ocupan los países en la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa, como China (177 de 180) e Irán (173 de 180), cuyos gobiernos han aumentado el control de la información y la represión.

El informe muestra que la próxima será «una década decisiva» para la libertad de prensa por las crisis que afectan al futuro del periodismo:

1. Geopolítica, marcada por mandatarios o regímenes dictatoriales, autoritarios o populistas que limitan el acceso y difusión de información plural e independiente mientras pretenden imponer su visión del mundo.
2. Tecnológica, marcada por las noticias falsas, los rumores, los ejércitos de troles a sueldo de gobiernos, la falta de regulaciones adecuadas para poner orden y garantías democráticas en la era de la comunicación digital y globalizada.
3. Democrática, con un aumento de la hostilidad hacia los periodistas que se ve, en determinados países, alimentado por dirigentes políticos y sus seguidores.

⁴ “COVID-19: Number of Media Freedom Violations by Region”, *IPI*. Disponible en: <https://ipi.media/covid19-media-freedom-monitoring/> Fecha de consulta: 20/05/20.

⁵ CLASIFICACIÓN MUNDIAL 2020. Tabla de países, 21/04/20. *RSF*. Disponible en <https://www.rsf-es.org/news/clasificacion-mundial-2020-tabla-de-paises/> Fecha de consulta: 20/05/20.

4. Confianza, acentuándose por la pérdida de prestigio y credibilidad de los ciudadanos en sus medios e instituciones, a los que se llega a considerar sospechosos de difundir «noticias contaminadas por información que no es digna de confianza».
5. Económica, debilitando las capacidades y recursos de unos medios ya muy tocados tras la pasada crisis y la transformación digital o favoreciendo, por la debilidad, que prolifere la concentración de la propiedad de los medios de comunicación.

«¿Qué será de la libertad, del pluralismo y de la credibilidad de la información de aquí al año 2030? La respuesta a esta pregunta es lo que hoy está en juego», ha afirmado Christophe Deloire, secretario general de RSF⁶.

Infodemia, la omisión, la saturación, encontrar la verdad para ofrecer certezas

Las medidas de confinamiento han disparado el consumo de medios convencionales, digitales y plataformas bajo demanda. El interés por estar informado sobre la situación provocada por la COVID-19 ha multiplicado esta demanda, pero las fuentes son tan amplias, las audiencias están tan fragmentadas y el mercado tan saturado de plataformas, de dispositivos o de medios que no es fácil dar respuesta a dos grandes problemas, la mentira o intoxicación informativa y la infodemia (sobreabundancia de información, alguna rigurosa y otra falsa). Luchar contra ellas tiene un coste enorme de personal, recursos y tiempo en un momento crítico por la escasez, aunque tiene un coste aún mayor si ponemos sobre la mesa una pregunta: ¿cuánto vale una vida humana?

Mentir, engañar, confundir, perturbar... Sea cual sea el resultado y sea cual sea el objetivo. Minar sistemas democráticos, influenciar en las decisiones políticas, en la actividad económica y bursátil o en el estado del ánimo de la sociedad son algunas de las posibilidades. Estas actuaciones pueden, incluso, influir negativamente en la lista de víctimas humanas o en ser causantes directos de daños políticos, económicos y

⁶ CLASIFICACIÓN 2020 | ANÁLISIS GENERAL: «Entramos en una década decisiva para el periodismo y el coronavirus es un factor multiplicador», 21/04/20, RSF. Disponible en: <https://www.rsf-es.org/news/clasificacion-2020-analisis-general-entramos-en-una-decada-decisiva-para-el-periodismo-y-el-coronavirus-es-un-factor-multiplicador/> Fecha de consulta: 20/05/20.

sociales. En esta emergencia mundial tan compleja y necesitada de claridad, en la que incluso hay que desmentir a los grandes líderes mundiales y sus propuestas y en la que a veces no se encuentra la aguja de la verdad entre tanto pajar, esparcir a propósito información errónea sobre tratamientos o estadísticas, alterar consejos científicos oficiales, asegurar cómo hacerse pruebas domésticas (inútiles), comunicar vacunas milagrosas o protocolos mágicos (inventados), especular que en determinados hospitales atienden o no, puede convertirse en algo letal para los crédulos y su entorno familiar, vecinal y virtual (redes, grupos de mensajería, etc.). La mentira se aprovecha de la buena voluntad, las ganas de ayudar y la emergencia para correr como pólvora en los rebotes exponenciales de mensajes.

El secretario general de la ONU, António Guterres, ha descrito la situación como un «veneno que está poniendo en peligro aún más vidas» y como el otro nuevo «enemigo» de la humanidad⁷. En sus recientes informes *DISINFODEMIC: Deciphering COVID-19 disinformation* y *DISINFODEMIC: Dissecting responses to COVID-19 disinformation*⁸, la UNESCO identifica cuatro tipos de formatos en los que la desinformación se aprovecha de la crisis sanitaria:

1. La construcción de narrativas emotivas y memes, que mezclan algún elemento de verdad con mentiras, opiniones personales e información incompleta, todo ello expresado en un lenguaje muy sentimental.
2. La creación de sitios web falsos de instituciones y autoridades, que contienen información de fuentes falsas o manipuladas.
3. La difusión de vídeos fraudulentos, bien porque han sido alterados, fabricados ad hoc o descontextualizados, para desacreditar algo o a alguien. Lo que se conoce como *deepfake*.
4. *Trolls* infiltrados en comunidades para extender la desinformación, y campañas masivas de delitos informáticos, como el phishing o suplantación de identidad.

⁷ «Este es el momento para la ciencia y la solidaridad. António Guterres», ONU. Disponible en: <https://www.un.org/es/coronavirus/articulos/guterres-combatir-infodemia-desinformacion-COVID-19> Fecha de consulta: 20/05/20.

⁸ «Combating the disinfodemic: Working for truth in the time of COVID-19», UNESCO. Disponible en: <https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic> Fecha de consulta: 20/05/20.

Y, respecto a los temas, estos son los principales de la desinformación:

1. Orígenes y propagación del coronavirus/COVID-19.
2. Ciencia médica: síntomas, diagnóstico y tratamiento.
3. Estadísticas falsas o engañosas.
4. Impactos en la sociedad y el medio ambiente.
5. Impacto económico.
6. Politización.
7. Desacreditar a periodistas y a medios creíbles.
8. Contenido fraudulento.
9. Desinformación relacionada con las celebridades.

La pandemia ha demostrado el papel del periodismo como bien esencial para dar certezas, contexto y para crear una opinión pública informada, que pueda contar con fuentes de información plurales, veraces y contrastadas frente al rumor, la mentira y la desinformación. Sin perder de vista su impacto y valor económico, empobrecer o perder fuentes de información no es solo una cuestión empresarial o de empleo, es depreciar el valor que le damos a la información y la verdad y tener como resultado una sociedad menos informada, menos formada, menos consciente y crítica, más débil, sumisa y maleable, con menor valor como tal y con sus derechos erosionados u olvidados.

Modelo empresarial y fuga de ingresos

Los medios, públicos y privados necesitan el mismo recurso que cualquier otra empresa o institución para funcionar: dinero. Desde la crisis de 2008, hablar de «estabilidad» parece sinónimo de «reestructuración», una constante para adaptar a la realidad de consumo, social y económica el cómo se informa y a través de qué medios o plataformas. A lo largo de todo el mundo, los ajustes, en personal y presupuestos han sido continuos y a la baja en la mayoría de los medios públicos. Los privados han sufrido una paulatina pérdida de ingresos por ventas y por la caída de espacios publicitarios que, en la mayoría de los casos, se ha visto castigada en sus cotizaciones

bursátiles. En este equilibrio inestable, en el que los medios convencionales y digitales se complementan con podcasts y videos o buscan ingresos mediante muros de pago, las televisiones multiplican su presencia en redes sociales y canales como YouTube o similares. La irrupción del coronavirus ha obligado a grandes y pequeños a tomar medidas que, se espera, sean solo temporales y no definitivas y devastadoras. La incertidumbre de la pandemia hace que sea extremadamente difícil pensar en planes concretos a largo plazo o previsiones financieras.

El paréntesis provocado por el confinamiento y la merma de ingresos se ha traducido en la solicitud de créditos millonarios para mantener la actividad y en la multiplicación de ajustes de plantilla con expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE) o en la reducción y precarización de condiciones laborales. Según datos del Ministerio de Empleo, a finales del mes de abril había casi 25 000 profesionales del mundo del periodismo y la comunicación afectados por algún ERTE, cifra muy considerable si calculamos que ya hay cerca de 100 000 titulados en Periodismo en nuestro país desde que salió la primera promoción en 1975. El temor es que el legado negativo del coronavirus sea peor que el dejado por la crisis financiera de 2008, en la que se destruyeron miles de empleos, desaparecieron cientos de medios y a los términos «ajuste» y «optimización» se les exprimió su significado hasta el último punto de su definición.

Desde los distintos grupos empresariales, sindicatos, asociaciones profesionales, etc. se han pedido al Gobierno ayudas y mecanismos oficiales que alivien los planes de contingencia, eviten la destrucción de empleo y que garanticen que las empresas del sector no desaparezcan o que caigan en manos no adecuadas. No hay que olvidar que el Artículo 20 de nuestra Constitución reconoce y protege, entre otros, el derecho «a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión», un derecho cuyo ejercicio no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa. Tampoco debemos descuidar que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación o que su propiedad esté en manos de fondos o empresas, «puede» suponer una gran pérdida de credibilidad, independencia y pluralidad por los conflictos de intereses o por priorizar objetivos como los económicos o políticos.

En Bruselas, el Ejecutivo europeo no descarta un plan Marshall que contemple acciones como el acceso inmediato a la financiación y al crédito. La presidenta de la comisión de Cultura del Parlamento Europeo, Sabien Verheyen, ha recordado «el papel fundamental que juegan los medios de comunicación en el contexto actual difundiendo información sobre la situación y actuando como antídoto a las *fake news* y la desinformación»⁹. También se están ofreciendo propuestas nacionales como la presentada por el National Union of Journalists (NUJ)¹⁰ de Reino Unido que ha planteado un plan de rescate para los medios de comunicación británicos.

No deja de ser sorprendente o irónico que empresas como Google, Facebook y similares sean las que estén tendiendo la mano y facilitando ayudas y formación. Para los medios, son los grandes rivales, ya que la publicidad y sus beneficios se están concentrando en ellas por ser cada vez más fuente de información y entretenimiento frente a las ofertas profesionales y convencionales o por su escaso ánimo a la hora de pagar impuestos que repercutan en un equilibrio. Según la Federación Internacional de Periodistas, la principal organización profesional mundial representante de los periodistas con más de 600 000 miembros en 146 países, las conocidas como GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft) y a las que se podrían añadir muchas otras similares, no pagan impuestos o apenas lo hacen en la mayoría de los países en los que recaudan ingresos. La cifra que estima la FIP es de 900 000 millones de dólares en todo el mundo, por lo que propone gravar estos ingresos con un 6 % (unos 54 000 millones de dólares).

De momento Google ha lanzado el Journalism Emergency Relief Fund¹¹, un «fondo mundial de ayuda» para medios de comunicación locales en crisis por el coronavirus, a los que se les dotará, sin contraprestaciones, desde miles de dólares para pequeñas redacciones locales a decenas de miles para empresas más grandes. Una iniciativa

⁹ «El Parlamento Europeo exige un fondo de emergencia para medios de comunicación y apoyo al sector cultural», 22/04/20. *Parlamento Europeo*. Disponible en:

https://www.europarl.europa.eu/spain/es/prensa/comunicados_de_prensa/pr-2020/04-2020/220220.html Fecha de consulta: 20/05/20.

¹⁰ «NUJ's News Recovery Plan - From Health Crisis to Good News», 16/04/20, *NUJ*. Disponible en: <https://www.nuj.org.uk/documents/from-health-crisis-to-good-news> Fecha de consulta: 20/05/20.

¹¹ «Journalism Emergency Relief Fund - How to apply», actualizado 19/05/20, *Google*. Disponible en: <https://newsinitiative.withgoogle.com/journalism-emergency-relief-fund/> Fecha de consulta: 20/05/20.

similar es el Facebook Journalism Project¹² que destinará, asesorados entre otros por el European Journalism Centre, entre 10 000 y 25 000 euros para apoyar la tarea de más de 200 medios locales, entre ellos cinco españoles. Otro ejemplo es del Centro de Periodismo Europeo que ha lanzado el Fondo de Ayuda al Periodismo COVID-19 dotado con tres millones de dólares para apoyar a los medios locales pequeños.

Adaptación tecnológica al confinamiento, distancia personal y teletrabajo

Para mantener la actividad y cumplir con la distancia social y el confinamiento, la emergencia sanitaria ha obligado a una urgente adecuación tecnológica para teletrabajar y comunicar desde fuera de las distintas instalaciones. La «transformación digital», que antes era un proyecto de futuro en la mayoría de las empresas, es ya una necesidad estratégica de supervivencia. Tras el paso de lo analógico a lo digital, ahora toca el salto a la nube (*Cloud*) en la que trabajamos a distancia en nuestras empresas y mantenemos videoconferencias o entran en directo (sin que nos extrañe la imagen), periodistas, entrevistados o invitados desde cualquier lugar y con todo tipo de cascos, fondos, ruidos y niños y mascotas alrededor.

En cualquier plan de emergencia o de contingencias era difícil pensar que la mayor parte de los recursos humanos y técnicos, o todos en una mayoría de casos, deberían abandonar el control y seguridad de las sedes y oficinas, disgregarse y operar con relativa «normalidad». Nunca antes habíamos sufrido una pandemia que afectara a unos 200 países al mismo tiempo y que enviase a la mayor parte de sus poblaciones a permanecer confinados. La dificultad y el reto, pero también la oportunidad y el gran éxito, han sido esta adaptación vertiginosa; y más si se tiene en cuenta que antes de las medidas tomadas con el estado de alarma, según una encuesta de *LeanFactor*¹³, solo el 5 % de los periodistas españoles podía teletrabajar.

¹² «Supporting Journalists & Newsrooms During COVID-19», *Facebook*. Disponible en: <https://www.facebook.com/journalismproject/programs/grants> Fecha de consulta: 20/05/20.

¹³ «Solo el 5% de los periodistas españoles podía disfrutar de trabajo flexible (casa u oficina) antes de la Pandemia», 14/05/20. *LeanFactor*. Disponible en: <https://leanfactor.net/solo-el-5-de-los-periodistas-espanoles-podia-disfrutar-de-trabajo-flexible-casa-u-oficina-antes-de-la-pandemia> Fecha de consulta: 20/05/20.

Obligados por las circunstancias, por la necesidad de trabajar de forma remota, algo hasta ahora poco habitual, se han activado tecnologías y medios ya disponibles para hacer noticias o entretenimiento para televisión, radio, redes o web. Al igual que ha pasado en casi todos los medios públicos y privados del mundo, se han tenido que utilizar nuevas herramientas y desarrollar y perfeccionar nuevos flujos de trabajo, muchos basados en estructuras distribuidas y descentralizadas (los hogares de los trabajadores) para poder seguir ofreciendo los mejores contenidos posibles. Valga como ejemplo la *BBC*, referente mundial por su prestigio y capacidades. Con una plantilla que ronda los 22 000 profesionales, en menos de una semana pasaron de 2 000 trabajadores en remoto a tener 16 000.

Común a todos los medios públicos y privados ha sido, en lo posible y con las limitaciones impuestas por las medidas de control sanitario, mantener abiertos los centros de emisión y todos los programas en directo que se ha podido. En el caso de los estudios, platós y controles se han respetado las distancias higiénicas, se han activado turnos, se han hecho más habituales y profundos los procesos de limpieza y desinfección, hay menor número de personas participando en los programas y el público, en general, ya no está presente. También se ha recurrido a sistemas remotos para realizar estos programas, por lo que no ha sido nada extraño ver muchos despachos, trasteros, garajes, habitaciones infantiles, cuartos de la plancha, etc. reconvertidos en puntos de directo desde los que hemos seguido viendo, escuchando o leyendo a múltiples periodistas o invitados. El objetivo era y es mantener la difusión de contenidos de información, educación y entretenimiento, además de enviar mensajes para evitar la propagación del coronavirus (quédate en casa, responsabilidad, lávate las manos, etc.). Otra opción, muy utilizada por empresas y medios para continuar con su actividad, ha sido utilizar servicios como Skype, Zoom o similares que han permitido tanto reuniones y teleformaciones como conexiones en directo con periodistas, especialistas o políticos.

Frente a la adversidad, hemos tenido la generosidad y el compañerismo. Desde el comienzo de la pandemia, múltiples empresas del sector, firmas tecnológicas, proveedores han cedido equipos y servicios para que los medios, sean o no clientes, hayan podido mantener su actividad y no fracasar con el trabajo a distancia. Compartir conocimientos, experiencias, problemas y soluciones ha sido habitual y enriquecedor. A través de foros, de distintos canales o por iniciativa de organizaciones como EBU/UER (la mayor organización mundial de medios públicos de comunicación), se ha puesto en contacto a profesionales de distintos países y responsabilidades para intercambiar informaciones que han permitido seguir cumpliendo con el cometido de informar, educar y entretener a la sociedad.

Aprovechemos las tecnologías y la innovación para estar donde debemos estar y no perder el enfoque «de saber quiénes somos». Y ante la amenaza, el riesgo o la incertidumbre del cambio y de lo que vendrá después de que pase el azote del coronavirus, tenemos la empatía, el talento y la capacidad de superación; la tecnología usada con ética e igualdad; la necesidad de dar respuesta a retos como los medioambientes; la lucha contra el control de las narrativas geopolíticas, la desinformación y las ciberamenazas; así como el deber, como medios, de seguir informando, entreteniendo y educando a nuestras audiencias, estén donde estén, con rigor, honestidad, responsabilidad e independencia editorial y económica.

*David Corral**
Periodista