

## Los medios universitarios en tiempos de infodemia: El caso de la Universidad de Extremadura

*A mídia universitária em tempos de infodemia: o caso da Universidade de Extremadura*

*University media in times of infodemic: The case of the University of Extremadura*

Daniel Martín Pena y Macarena Parejo Cuellar

### Resumen

Desde inicios de 2020 se han tambaleado los cimientos de nuestra sociedad, estamos en una encrucijada sin precedentes. Vivimos en un tiempo de infodemia en el que el SARS-CoV-2 no es el único virus que nos rodea, existen otros con afectación a nuestra dieta mediática (la desinformación, la imprecisión, la incertidumbre y la precipitación). El objetivo de esta investigación es observar la estrategia comunicativa de los medios universitarios en este contexto. Con este fin planteamos una metodología cualitativa basada en la observación directa y el estudio de los medios de la Universidad de Extremadura. Los resultados muestran que desde las instituciones académicas se han emprendido proyectos que ponen en valor la voz del experto, para paliar la desinformación y acompañar a sus audiencias. La principal conclusión es que los medios universitarios deben nutrirse de su mejor materia prima, sus científicos, y apostar por nuevas propuestas comunicacionales de carácter alternativo.

**Palabras clave:** Medios universitarios, Infodemia, Radio universitaria, Pandemia, Divulgación Científica.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 29/1/2021; aceito em: 24/3/2021

>> **Como citar este texto:**

MARTÍN PENA, D.; PAREJO CUELLAR, M. Los medios universitarios en tiempos de infodemia: El caso de la Universidad de Extremadura. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 119 -134, jan./abr. 2021.

### Sobre os autores

Daniel Martín Pena  
[gestion@ondacampus.es](mailto:gestion@ondacampus.es)  
<http://orcid.org/0000-0003-2676-5821>

Doctor en Comunicación y Educación por la Universidad de Huelva. Profesor de Comunicación Audiovisual del Departamento de Información y Comunicación en la Universidad de Extremadura. Director de la RadioTv de la Universidad de Extremadura (OndaCampus). Estudia el fenómeno a nivel mundial de las radios universitarias y en las redes transnacionales de intercambio y colaboración. Fue editor de: *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*, de la Editorial UOC, y *Radios Universitarias en América y Europa*, de la editorial Fragua.

Macarena Parejo Cuellar  
[macarenapc@unex.es](mailto:macarenapc@unex.es)  
<https://orcid.org/0000-0002-5292-2731>

Doctora en Comunicación Audiovisual, Licenciada en Comunicación Audiovisual y Graduada en Periodismo. Profesora de Periodismo del Departamento de Información y Comunicación en la Universidad de Extremadura. Directora del Gabinete de Imagen y Comunicación de esa misma universidad. En el año 2013 co-dirigió el libro *+Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias* promovido por la Asociación de Radios Universitarias (ARU).

### Resumo

Desde o início de 2020 as bases da nossa sociedade estão abaladas e nos encontramos em uma encruzilhada sem precedentes na história recente. Vivemos tempos de infodemia em que o SARS-CoV-2 não é o único vírus que nos cerca. Há outros vírus que afetam nossa dieta midiática (a desinformação, a imprecisão, a incerteza e a precipitação). Esta pesquisa observa a estratégia comunicativa dos meios de comunicação universitários neste contexto. Para isso, utilizamos uma metodologia qualitativa baseada na observação direta e no estudo dos meios vinculados à Universidad de Extremadura (Espanha). Os resultados mostram que as instituições acadêmicas desenvolveram projetos que valorizam a voz do especialista para minimizar a desinformação e aproximar-se de seu público. A conclusão principal é de que os meios universitários devem ser alimentados por sua matéria prima principal, seus pesquisadores, e apostar em novas propostas comunicacionais de caráter alternativo.

**Palavras-Chave:** Meios universitários; Rádio universitário; Infodemia; Pandemia; Divulgação científica.

### Abstract

Since the beginning of 2020, the foundations of our society have been shaken, we are at an unprecedented crossroads in recent history. We live in a time of infodemic in which SARS-CoV-2 is not the only virus that surrounds us, there are other viruses that affect our media diet (misinformation, imprecision, uncertainty and precipitation). The objective of this research is to observe the communicative strategy of the university media in this context. For this purpose we propose a qualitative methodology based on direct observation and study of the media at the University of Extremadura (Spain). The results show that academic institutions have undertaken projects that value the voice of the expert, to alleviate misinformation and accompany their audiences. The main conclusion is that the university media should be nourished by its best raw material, its scientists, and bet on new communicational proposals of an alternative nature.

**Keywords:** University media, University radio, Infodemic, Pandemic, Scientific dissemination.

## Tiempos de incertidumbre, tiempos de infodemia

A finales de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud y Sanidad de Wuhan (provincia de Hubei, China) informó sobre un grupo de 41 casos de neumonía de origen no conocido. El foco de exposición común se situaba en un

mercado mayorista de mariscos, pescado y animales vivos en la ciudad de Wuhan, además incluía 7 casos de índole grave. A inicios de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud anunció que la nueva enfermedad bautizada como Covid-19, provocada por un nuevo coronavirus SARS-CoV-2, pasaba de ser una epidemia a convertirse en una pandemia. Una pandemia que se ha cobrado la vida de más de 2 millones de personas en todo el mundo y que ha contagiado a más de cien millones de ciudadanos. Como no podía ser de otra manera, las noticias empezaron a sucederse de manera frenética generándose auténticos nichos de desinformación, a los que la ciencia tenía difícil contrarrestar al no tener la respuesta a tanta incertidumbre generada por la evolución imparable de esta nueva enfermedad. Por ende, debemos tener presente que, normalmente, tal y como apunta Barrera (2016), las noticias y avances relacionados con el área de salud y la medicina tienen facilidad para colocarse en las agendas mediáticas como consecuencia directa de una población ansiosa de conocimiento acerca de lo que estaba sucediendo en esos campos del conocimiento científico, al repercutir en el día a día de propios ciudadanos. Por su parte, De Semir (2015) recalca que existen numerosos estudios de índole sociológico que refrendan estos postulados, en los que el bienestar y la salud son foco mediático, y en este caso, al tratarse de un nuevo virus del que nada se sabía, resulta más sencillo propagar informaciones erróneas. Es más, basta repasar el Informe Quiral (2018) o la ya conocida encuesta de Percepción Social de la Ciencia, elaborada por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT, 2018) para constatar la importancia que tiene para la población este tipo de noticias.

Sin embargo, a partir de la irrupción en nuestro día a día de la Covid-19 entendemos que todas estas opiniones van mucho más allá. Y es que asistimos no solo a la diseminación de una epidemia sino también a una infodemia que pocos ciudadanos son capaces de combatir, al no poseer ni conocimientos suficientes ni instrumentos y herramientas que permiten realizar, por ejemplo, fact check (MOLINA-CAÑABATE y MAGALLÓN-ROSA, 2020). Todo ello, es precisamente el resultado de una sobresaturación informativa que ha provocado

una explosión exponencial de las fake news. Como anotan Alfonso-Sánchez y Fernández-Valdés (2020) nos encontramos en una situación marcada por la intencionalidad de transmitir "información no verificada que se expande rápidamente y crea confusión y engaño. Implica a los ciudadanos que desconocen la verdad del hecho, ocasionando perjuicios en el orden social, político y económico". Son muchos los autores que atestiguan que la población ha mostrado un mayor interés por mantenerse informada aumentando de manera considerable el consumo de los medios tradicionales, así como la producción informativa de los mismos (CÁSERO, 2020; LÁZARO-RODRÍGUEZ y HERRERA-VIDEIRA, 2020; MASIP, ARAN-RAMSPOTT, RUIZ-CABALLERO, SUAU, ALMENAR y PUERTAS-GRAELL, 2020).

Nos encontramos en una auténtica encrucijada, en un momento en el que desde la ciencia no solo estamos combatiendo el coronavirus SARS-CoV-2, sino que estamos lidiando con otros cuatro virus que vienen marcando el discurrir de esta infodemia desde su mismo inicio. La infoxicación, la incertidumbre, la imprecisión y la precipitación han sido virus que han afectado tanto al quehacer de los profesionales de la información como a las propias rutinas de consumo de los ciudadanos. El virus de la infoxicación (BENITO-RUIZ, 2009) se refiere a la toxicidad informativa, es decir, a la desinformación derivada de la saturación informativa que se ha visto acrecentada por la autonomía de consumo que han propiciado las TIC y que ha generado dificultad en la ciudadanía para distinguir y encontrar fuentes confiables. Además, este problema no afecta solo a una capa social. Ocurre todo lo contrario. Es un problema transversal, pues hay que tener en cuenta que las noticias falsas son más sencillas de compartir, ya que se generan a partir de un componente emocional, que responde a nuestros instintos más primarios. Esa infoxicación la hemos podido percibir desde el mismo inicio de la pandemia, marcada precisamente por esas fake news, a las que podemos denominar *coronabulos*. Dichos bulos han girado en torno a cuatro temas prioritariamente. Por un lado, noticias falsas referentes al propio origen del virus, refiriéndose al mismo desde la base de teorías conspiratorias y conspiranoicas e incluso sobre la índole de la geopolítica mundial (Estados

Unidos vs China). Otros bulos importantes surgieron a raíz de la forma de transmisión y contagio del virus sobre la base de preguntas como ¿Cuánto vive el virus en las superficies? ¿Cómo puedo reducir mi riesgo de contagio con la Covid-19?

El tema del tratamiento, o la cura del virus, también está dando lugar a la propagación de noticias falsas. Todo el mundo pudo escuchar a políticos recomendar el fármaco contra la malaria y el lupus, la hidroxiquina, para protegerse de la Covid-19, sin ninguna base científica. Existe mucha desinformación relacionada con las nuevas normativas, que de manera acelerada, han ido aprobando los gobiernos, mucha legislación y muy poca explicación, que daba lugar a toxicidad informativa, y a unos ciudadanos que no sabían bien cómo actuar en determinadas situaciones. La infoxicación es el principal virus desde el punto de vista mediático, pero no es el único. Otro virus añadido es la incertidumbre. Estamos acostumbrados a que la ciencia siempre tenga la respuesta a todos, o casi todos, los interrogantes que nos rodean, pues bien, con el advenimiento de esta pandemia, la ciencia no tenía la respuesta rápida, necesitaba sus tiempos para encajar las piezas de un puzzle desconocido para el mundo. Dicha búsqueda ha generado nichos en los que se cuela la infoxicidad, como hemos comentado las fake news se comparten de manera más mecánica, tienen ese factor emocional, y la incertidumbre nos lleva a querer saber esa respuesta, a compartir esa noticia positiva, aunque no sepas si es o no es cierta, o emana de una fuente confiable o no. Pero estos virus no solo afectan a los ciudadanos, también los profesionales de los medios han sufrido el efecto de otros virus. A lo largo de los primeros meses de esta pandemia hemos visto cómo los medios de comunicación han sufrido los efectos del virus de la imprecisión, es peligroso, ya que sus secuelas pueden generar caos, alarma o expectativas falsas en la sociedad. Quizás no se ha sabido transmitir bien la información relacionada con las nuevas normativas, y más problemático aún, no se ha articulado bien la información científica relacionada con la Covid-19. El virus de la imprecisión va muy ligado a otro, el de la precipitación, imprecisión y precipitación postulados trascendentales de

todo comunicador o periodista, que la infodemia ha puesto en entredicho. La precipitación hace referencia al instinto de querer dar la información, la buena noticia o incluso la mala, antes que el compañero, caer en el error de no contrastar alejándose de la ética periodística. Estos dos últimos virus se concretan, por ejemplo, en el hecho de que muchos medios no han trasladado a la ciudadanía la información completa, han tomado como definitivos hallazgos o resultados recogidos en artículos pendientes de publicación por revistas, es decir, a falta de revisar por pares, quienes certificarán o no su publicación formal. Es más, algunos medios advertían de ello, pero no le explicaban a la sociedad que significaba ese concepto de *preprint*, del que tanto ha oído hablar la sociedad en este último tiempo.

### **La importancia de divulgar la voz del experto a través de los medios universitarios**

En un mundo donde cada día ganan presencia las TIC, es fácil que la voz del experto se diluya (DE SEMIR, 2015), y como reconoce Elías (2020, p. 7) "la pandemia del coronavirus tiene un fuerte contenido científico en su difusión mediática". De ahí la importancia de difundir la opinión de los investigadores, y situarla al alcance de la ciudadanía.

No es baladí que el consumo de información a través de las redes sociales y nuevos formatos, en un momento de democratización total de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en España, hace que el panorama mediático se complique a la hora de acudir a las fuentes y saber manejarlas, para no caer en el terreno de la desinformación, en la que los expertos pueden diluirse en una maraña de noticias incontrolable (LÁZARO, 2020). Esta situación, que tampoco es nueva, aunque a raíz de la pandemia ha implosionado, preocupa también a los profesionales de los medios de comunicación desde hace ya años.

A este respecto, es importante recordar lo que en su día acuñó Martín-Pena (2014) en una editorial en la *Revista Viceversa*, en la que reflexionó sobre la importancia que tiene la investigación, el desarrollo y la innovación para el avance social. Sin lugar a dudas, la I+D+i constituye una de las más importantes

razones de ser de esta antigua institución. Ahora bien, este autor se cuestionó el hecho de qué sería de este "listado de letras" si, en su labor de ente transmisor de conocimientos, no le añadiésemos una más, la "d" (de divulgación). Ese grafema es el que permite dotarla del perfil social que merece, trascendiendo del ámbito académico al ámbito ciudadano. La propuesta de Martín-Pena define una transformación de ese modelo, que pudiera considerarse vertical, por un modelo más horizontal, que plantea un acercamiento del científico a la ciudadanía, bajo la premisa de la creación de un puente de ida y vuelta que fomente un diálogo permanente del investigador con la sociedad en pro de la democratización del saber científico.

Desde hace tiempo, pareciera que vivimos en una época de crisis económica permanente, marcada por la falta de financiación y recortes en las partidas presupuestarias destinadas a las instituciones educativas y en el que se cuestiona todo hasta el último céntimo que reciben los centros de investigación. En este contexto se hace imprescindible que desde las universidades se realice una labor de acercamiento a la sociedad, y que se pueda tomar consciencia de que gran parte de los hallazgos científicos que se logran en la universidad pueden afectar, y de hecho afectan, al bienestar y calidad de vida de la ciudadanía, y en la situación actual, nada más lejos de la realidad. Por ello, desde las propias universidades se han preocupado por poner en marcha Unidades de Cultura Científica. Estos departamentos, que cuentan con el apoyo de la Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT), tienen un claro fin: trabajar en esa "d" a la que se refería Martín-Pena (2014). Es más, como indican Parejo y Martín-Pena (2014), en esta misma línea de trabajo, se sitúan los medios de comunicación universitarios. Radios y televisiones que surgen en el seno de instituciones académicas y cuyo propósito es fortalecer su comunicación interna y externa, así como tejer redes que traspasen la frontera de lo puramente universitario. En este sentido, es reseñable también su labor en la divulgación y acercamiento de la ciencia a la sociedad. En cuanto a la radio, tal y como apunta Segura (2014), posee un incalculable valor pedagógico a la hora de mostrar a la sociedad los hallazgos científicos llevados a cabo en esas

instituciones, tildadas de estancas y tradicionales, pero que ahora pretenden abrirse al exterior a través de sus propias herramientas de difusión, sus medios universitarios. Son muchos los proyectos que vienen, desde hace tiempo, trabajando en esta línea, uno de ellos es “Semillas de Ciencia”, que ha demostrado que la radio universitaria, por su propia naturaleza, es la mejor indicada para tender este puente entre ciudadanía e investigadores, logrando abrir, poco a poco, un canal propio entre los ciudadanos y científicos, ya que en los medios de comunicación convencionales apenas encontramos programas dedicados a asuntos de esta índole (MARTÍN-PENA y PAREJO, 2016), más allá del *boom* que se está viviendo con la actual pandemia.

### **Objetivos y Metodología**

Como adelantó Suárez Serrano (2016), son tiempos en los que el periodismo y la estructura mediática centran el debate. Actualmente vivimos un momento marcado por la incertidumbre, en el que debe imponerse el sentido común, la empatía y la difusión del conocimiento científico desde los medios que conforman el ecosistema mediático. De ahí, que estudios como el publicado por *Reuters Institute for the Study of Journalism* (RASMUS, FLETCHER, NEWMAN, BRENNEN y HOWARD, 2020) coloquen a los científicos, médicos y otros expertos sanitarios, como las fuentes de información sobre la Covid-19 más fiables para la sociedad. Además, los estudios realizados por esta entidad aprecian una ligera recuperación en la confianza de los medios de comunicación y un retroceso en la que se tenía en redes sociales.

Hemos realizado una investigación cualitativa bajo la premisa de la observación directa cuyo objetivo principal es recoger y analizar las acciones concretas que han configurado la estrategia comunicativa de los medios de comunicación universitarios en el marco de la infodemia. Con este propósito hemos planteado estudiar el caso concreto de la radio televisión de la Universidad de Extremadura (UEx), una institución académica pública situada en una región de marcado carácter rural en España. Consideramos que el estudio

de caso se adapta a nuestro fin, ya que como sostiene Eisenhardt (1989) es “una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares”. Para ello se han delimitado todas las acciones comunicativas que ha abordado el Gabinete de Imagen y Comunicación de la Universidad de Extremadura durante el período comprendido entre el inicio del confinamiento y el fin del estado de alarma, es decir, entre el 15 de marzo y el 21 de junio de 2020. Las mismas han sido recogidas de la propia web institucional de la UEx y de sus distintos canales sociales.

### **Estrategias de comunicación de los medios universitarios de la Universidad de Extremadura**

Si una cosa ha quedado patente en los primeros meses de esta crisis sanitaria ha sido la virtualidad y el teletrabajo, que se han impuesto de manera necesaria e imparable en nuestro día a día. Los comunicadores de todo el mundo han realizado sus funciones periodísticas desde sus casas, afrontando un reto humano y tecnológico sin precedentes en el contexto mediático. Esta circunstancia también ha afectado y ha introducido cambios en las estrategias de gestión de la comunicación global de las universidades.

El caso de estudio es el de la Universidad de Extremadura (España) una institución que cuenta en su estructura para la gestión de su política comunicativa con el Gabinete de Imagen y Comunicación, que a su vez integra el Gabinete de Prensa; el Servicio de Difusión de la Cultura Científica (SDCC); la Radio-Televisión Universitaria, OndaCampus y la Fundación Universidad-Sociedad. La necesidad de confinamiento de los profesionales de todos estos servicios ha obligado a un rediseño de los canales de comunicación de la institución extremeña para una correcta conexión con sus *stakeholders*.

Para ello, la institución docente y epicentro del conocimiento de la región, ha ofrecido ruedas de prensa virtuales, material audiovisual e infográfico y ha iniciado un proceso de adaptación de sus flujos comunicativos tanto con los medios de comunicación como con el resto de agentes sociales con los que

mantiene de forma permanente un diálogo abierto a través de su portal web y de sus perfiles en medios sociales. Así se puso en marcha la plataforma informativa "Coronavirus, medidas adoptadas", pensando en la optimización y mejora de la comunicación interna dirigida a estudiantes, profesores, investigadores y personal de administración y servicios, al igual que se ha realizado en otras instituciones, en las que se han utilizado los medios universitarios para hacer llegar informaciones relativas a la dinámica universitaria a raíz de la evolución de la Covid-19 (MARTÍNEZ-OTÓN, CASTILLO-LOZANO y PEDRERO, 2020).

En cuanto a la radio y la televisión la premisa ha sido la puesta en valor del colectivo científico y la producción de contenidos que aborasen temas y asuntos que fueran más allá de la Covid-19, intentando reforzar el servicio público y ejerciendo la función de acompañamiento a la población en una situación inimaginable unas semanas antes. En este sentido, es importante recalcar el papel que tiene la radio en situaciones de emergencia, en cuanto a la credibilidad y a su impacto psicológico, como medio que acompaña al oyente (RODERO, 2020).

Desde la radio universitaria, OndaCampus se ha mantenido la realización del programa informativo "Informativo UEx" de manera semanal, un espacio de 30 minutos que recogía las principales novedades respecto a la evolución de la pandemia y con información de utilidad para toda la comunidad universitaria, además de entrevistas a investigadores de la institución académica, con la premisa principal de dar la voz al experto, tal y como recogíamos en apartados anteriores. Además, en parrilla desde el inicio se ha estado produciendo el programa magazine "Jueves Universitarias desde Casa" realizado por un grupo de alumnos y alumnas de comunicación audiovisual que recogía la actualidad de las redes sociales, recomendaciones de series y libros, un espacio de música y una agenda de actividades virtuales para realizar desde casa. Estos dos programas, que se mantuvieron en parrilla desde el mismo inicio del confinamiento el 16 de marzo de 2020, además eran emitidos por la estación radiofónica regional, Canal Extremadura Radio, todos los jueves de 16h a 17h.

Además, refrendando la labor de servicio público y social que se le presupone a las emisoras universitarias, OndaCampus Radio, en colaboración con la Unidad de Asesoramiento Psicológico y el Vicerrectorado Estudiantes de la UEx puso en marcha una serie de *podcast* y *videopodcast* bajo el lema "Recomendaciones para la sociedad durante la emergencia sanitaria de la Covid-19". Estos *podcasts* incluían consejos sobre el confinamiento relacionados con la gestión de las emociones, la realización de rutinas, los consejos para la convivencia, las relaciones personales y el aprendizaje en el nuevo entorno virtual. En una segunda fase, ya en el contexto de la desescalada y vuelta a la nueva normalidad, se lanzaron mensajes para conocer las reglas que marcaban esa nueva normalidad, la responsabilidad ciudadana, la confianza y la cercanía social y el distanciamiento físico. Además, se realizaron consejos por colectivos, destinados a niños, a adolescentes, a familias con hijos y a estudiantes. Todos los podcasts pueden consultarse en el siguiente enlace: <https://cutt.ly/ryzMIUB>.

Otra de las actuaciones a reseñar, y cuyo objetivo fundamental era doble, ha sido la iniciativa "Ciencia desde Casa" desarrollada por el Servicio de Difusión de la Cultura Científica con el apoyo de OndaCampus Tv. Por un lado, este proyecto pretendía poner en valor el papel de los científicos e investigadores de la Universidad de Extremadura, pero también, por otro lado, presentar investigaciones que fueran más allá del tema de la Covid-19, que estaba ocupando por completo la agenda mediática de los nuevos medios y de los medios convencionales. Era necesario ofrecer otro tipo de contenidos a los ciudadanos para salir de la sobresaturación informativa. La estrategia era seguir fomentando la divulgación científica y tecnológica desde las universidades, en tiempos de confinamiento. El proyecto consistía en entretenidas microcharlas audiovisuales en las que los investigadores de la UEx comprometidos con la comunicación científica comparten, con el público, su investigación y conocimiento de relevante interés social. Como podemos observar en la Tabla 1, se realizaron un total de 18 charlas, de muy variados temas, y que tuvieron un gran seguimiento por el canal de YouTube de la UEx (<https://cutt.ly/sj5ZgW8>) e

incluso los científicos pudieron recibir las preguntas y comentarios de la gente y contestar en directo a través del chat.

**Tabla 1. Listado Charlas Divulgativas proyecto Ciencias desde Casa**

Investigador/a	Temática de la charla
Enrique Moradiellos	Oficio Historiador
José Manuel Vaquero	Contar manchas solares
Inmaculada Torres Castro	Caminos aleatorios
Almudena González	Residuos agroalimentarios: ¿cómo hacer rentable un problema?
Juan Carlos Iglesias Zoido	Una tablet en Pompeya
Juan J. Ruiz Lorenzo	Viajando por el Universo: De Contacto a Interstellar
Jesús Lozano Rogado	Narices electrónicas: principios y aplicaciones
Catalina Gallardo Huertas	Desmontando mitos en nutrición
Santiago Fernández	Aerobiología y el impacto ambiental
Daniel Martín Pena	La radio universitaria: pinceladas históricas
Gabriel Moreno González	Respuesta de la Unión Europea ante la crisis de la Covid
David Sevilla González	¿Cómo manejar números grandes?
Francisco Rodríguez-Jiménez	¿Recalculando? geopolítica internacional en tiempos de crisis
Violeta Calle Guisado	El espermatozoide, ¡Ese gran desconocido!
M <sup>a</sup> Dolores Ávalos	Procesos Lingüísticos en la Internacionalización de la Univ. Ecuatoriana
Desirée Ayuso del Puerto	¿Cómo crear recursos educativos inclusivos?
Javier Vaquero	Midiendo el vapor de agua atmosférico con un GPS
Antonio González	Efectos de la melatonina sobre la fisiología del páncreas exocrino

Fuente. Elaboración propia a partir de [www.unex.es](http://www.unex.es)

Desde el inicio de la pandemia, se ha fortalecido el proyecto “Viceversa: la

revista para ver, oír, tocar y contar la ciencia". Esta revista divulgativa, además de dar a conocer los resultados obtenidos por los grupos de investigación, ha sido replanteado como una herramienta de aprendizaje extracurricular para los futuros profesionales de la información a través del trabajo en comunicación científica. En este sentido, es importante recalcar que un grupo de estudiantes coordinados desde el Gabinete de Imagen y Comunicación han logrado producir 17 monográficos divulgativos de carácter *transmedia*, ya que incluyen audios, videos, textos e infografías, lo que permite al público en general, leer, ver, oír y tocar la ciencia. De hecho, uno de los monográficos fue dedicado a la pandemia bajo el título "La UEx frente a la Covid-19" (<https://revistaviceversa.com/viceversa-115>).

### Conclusiones

La irrupción de la pandemia ha demostrado la importancia que tiene poner en valor la voz de los expertos en un entorno caracterizado por la sobresaturación informativa en el que las falsas noticias se comparten a la velocidad de la luz (ELÍAS, 2020). Ante este contexto donde el ciudadano, mimetizado en prosumer, se adentra en la jungla, que representa la red de redes, para indagar sobre esta nueva enfermedad, los medios universitarios se convierten en grandes aliados del saber científico, ejerciendo de intermediarios que van más allá de entretener, educar, informar o generar opinión, sino que, además, adquieren la habilidad de ofrecer a la ciudadanía propuestas comunicacionales alternativas y diferentes, alejadas de intereses comerciales y centradas en la democratización del saber en pro de una ciudadanía más crítica y participativa, tal y como hemos podido observar en las iniciativas desarrolladas por los medios de la Universidad de Extremadura, y que son extrapolables a las radios y televisiones de otras instituciones académicas.

Sin duda, somos testigos directos de un nuevo hito para la Historia de la Humanidad, pero también para la historia de la comunicación científica que traerá nuevos cambios a una especialidad informativa que se debe a la

ciudadanía, orientada en ayudar a la sociedad a comprender qué está pasando y dejar de lado esa vertiente funcionalista que, a veces, puede ir en detrimento de su profesionalidad.

Tras analizar la estrategia comunicativa de los medios de comunicación de la Universidad de Extremadura en el contexto de la infodemia, podemos señalar que resulta clave fomentar la educación y la alfabetización mediática, hay que educar a nuestras audiencias en el consumo de una adecuada dieta mediática (SOENGAS-PÉREZ, LÓPEZ-CEPEDA, y SIXTO-GARCÍA, 2019), con el propósito de alejar la transmisión de bulos y fomentar la actitud crítica, que permita a la ciudadanía adquirir unas competencias para aprender a mirar con distancia las noticias que les llegan por todos los medios, tradicionales, digitales y sociales. Es más, hemos podido observar que es importante formar a los futuros profesionales de la comunicación en disciplinas como la ciencia, la salud, la estadística o los datos, para dotarles de la capacidad de ampliar su mirada y practicar una deontología profesional que les permita combatir los virus de la desinformación, la incertidumbre, la precipitación y la imprecisión, que informen bajo los criterios del rigor a sus audiencias. Desde las instituciones académicas se torna fundamental en esta encrucijada reforzar su apuesta por la divulgación, otorgando a los científicos ese papel de expertos, de voz experta, que ponga cordura entre tanta sobresaturación informativa, los medios universitarios deben nutrirse de su mejor materia prima, sus científicos y científicas, y apostar por nuevas propuestas comunicacionales que se conviertan en alternativas a la de los medios comerciales bajo las premisas de dar certezas, tranquilidad, servir de acompañamiento, emocionar y empoderar a sus audiencias.

## Referencias

ALFONSO-SÁNCHEZ, Ileana; FERNÁNDEZ-VALDÉS, María de las Mercedes. Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de Covid-19. **Anales de la Academia de Ciencias de Cuba**, v.10, n.2, 882, 2020.

BARRERA, Lucía. El periodismo especializado en salud: una reseña histórica. **Revista Española de Comunicación en Salud**, Suplemento 1, pp. 15-22, 2016. <http://dx.doi.org/10.20318/recs.2016.3118>.

CASERO, Andreu. Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. **El profesional de la información**, v. 29, n.2, e290223, 2020. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.

DE SEMIR, Vladimir. **Decir la ciencia**. Barcelona: Universidad de Barcelona, 2015.

EISENHARDT, Kathleen. Building Theories from Case Study Research. **Academy of Management Review**, v.14, n.4, pp.532-550, 1989.

ELÍAS, Carlos. Expertos/as científicos/as y comunicación gubernamental en la era de las fake news. **Revista Prisma Social**, v.31, pp. 6-39. 2020. Disponible em <https://revistaprismasocial.es/article/view/3945>.

FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA. **Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología**. Madrid: FECYT, 2018.

INFORME QUIRAL. **Mujer, salud y comunicación**. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2018. Disponible em <https://cutt.ly/xkwrB5K>

LÁZARO, Elena. Muerte al Mensajero. **Asociación Española de Comunicación Científica**, 6 de abril de 2020. Disponible em <https://bit.ly/3et9luF>

LÁZARO-RODRÍGUEZ, Pedro; HERRERA-VIDEAMA, Enrique. Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. **El profesional de la información**, v.29, n.3, e290302, 2020. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.02>

MARTÍN-PENA, Daniel; PAREJO, Macarena Nuevas fórmulas de comunicación corporativas basadas en la colaboración interuniversitaria: proyecto "Semillas de Ciencia". **Documentación de las Ciencias de la Información**, v.39, pp.151-163, 2016. DOI: <https://doi.org/10.5209/DCIN.54414>.

MARTÍN-PENA, Daniel. La apuesta universitaria por su otra "d". **Revista Viceversa, UEx&Empresa**, v.51, pp.5-7, 2014. Disponible em <https://cutt.ly/nkqKDOM>.

MARTÍNEZ-OTON, Laura; CASTILLO LOZANO, Eduardo; PEDRERO, Luis Miguel. La radio como agente de cohesión universitaria en tiempos de pandemia: La experiencia de Radio Nebrija, **Radiofonias - Revista de Estudios em Mídia Sonora**. v. 11, n. 3, pp. 37-57, 2020.

MASIP, Pere; ARAN-RAMSPOTT, Sue; RUIZ-CABALLERO, Carlos; SUAÚ, Jaume; ALMENAR, Ester; PUERTAS-GRAELL, David Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. **El profesional de la información**, v. 29, n. 3, e290312, 2020. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>

PAREJO, Macarena; MARTÍN-PENA, Daniel. Tratamiento informativo de la prensa española sobre el Covid-19 antes del estado de alarma. **Revista Española de Comunicación en Salud**, [S.l.], pp. 218-225, 2020. doi: <http://dx.doi.org/10.20318/recs.2020.5418>.

PAREJO, Macarena; MARTÍN-PENA, Daniel. El papel de la radio universitaria como transmisora del conocimiento científico. De la producción individual al trabajo cooperativo: el proyecto "Semillas de Ciencia". In: MARTÍN-PENA, D. & ORTIZ SOBRINO, M.A. (Eds) **Radios Universitarias en América y Europa**. Madrid: Editorial Fragua, 2014, pp.153-165.

RASMUS, Nielsen; FLETCHER, Richard; NEWMAN, Nic; BRENNEN, Scott J.; HOWARD, Philip. **Navegando la "infodemia"**: así consume y califica las noticias y la información sobre el coronavirus la gente en seis países, 18 de abril de 2020. [Reuters Institute. University of Oxford] Disponible em <https://cutt.ly/4ymEbJh>

RODERO, Emma. Radio: the medium that best copes in crises. Listening habits, consumption, and perception of radio listeners during the lockdown by the Covid-19, **El profesional de la información**, v. 29, n. 3, e290306, 2020. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>.

SEGURA, Ana. Divulgación científica en las radios universitarias españolas. **Revista de Educación Mediática y TIC**, v.3, n.1, pp.44-60, 2014.

SOENGAS PÉREZ, Xosé; LÓPEZ-CEPEDA, Ana María; SIXTO-GARCÍA, José. Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. **Revista Latina de Comunicación Social**, v.74, pp.1056 a 1070, 2019.

SUÁREZ-SERRANO, Chema. El periodismo en los conflictos armados del siglo XXI: entre las nuevas tecnologías y las amenazas de siempre. **Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos**, n. 8, pp. 17-39, 2016.