

# La “muerte” del padre de Messi: varias consideraciones sobre la comunicación

21/06/2026



El monumental escándalo desatado a raíz de la falsa noticia sobre la muerte del padre de Lionel Messi, lanzada al aire con una liviandad pasmosa por la actriz y conductora Florencia Peña en un canal de streaming -el más visto de la Argentina-, excede con creces la categoría de un simple error técnico o un paso en falso mediático. El episodio funciona como un síntoma descarnado de una época donde la degradación de la práctica comunicacional se disfraza de frescura y modernidad. Cuando la obsesión patológica por la primicia, el impacto efímero del

“clic” o el comentario al pasar sepultan el principio elemental de la verificación de datos, lo que se lesiona de muerte no es solo la credibilidad de un nombre, sino la responsabilidad ética y profesional que debe regir de forma innegociable el oficio de comunicar.

Asistimos desde hace tiempo a la entronización de un ecosistema de medios digitales y plataformas de streaming que gran parte del público aplaude y celebra bajo la premisa de una supuesta democratización de la palabra. Bajo esa bandera de la espontaneidad y la ruptura de los moldes tradicionales, muchas veces se esconde una profunda precariedad estructural. El micrófono se entrega a figuras cuya principal credencial es la notoriedad y no el rigor profesional, montando estructuras que carecen de editores, de filtros técnicos y del más básico chequeo de fuentes. Esa falta de andamiaje periodístico real expone de manera cruda el peligro de confundir el entretenimiento con la información. Transmitir en vivo un rumor de redes sociales captado al vuelo sin medir el dolor humano ni el impacto social es la consecuencia directa de una comunicación vaciada de método y de conciencia cívica.

Sería de un cinismo absoluto, sin embargo, circunscribir esta crisis de valores únicamente a los nuevos formatos digitales. Los medios tradicionales –la radio, la televisión y los diarios de papel– publican noticias falsas todos los días, desnudando que el problema no es el soporte, sino la intencionalidad. En la prensa corporativa tradicional, las “fake news” rara vez son fruto de la ingenuidad o la distracción; la mayoría de las veces se configuran como sistemáticas operaciones comunicacionales diseñadas minuciosamente para beneficiar o perjudicar intereses políticos y económicos. Se destruyen reputaciones y se instalan falsedades con total impunidad, afectando a ciudadanos comunes, trabajadores y dirigentes que tienen exactamente los mismos derechos constitucionales y la misma dignidad humana que la familia del capitán de la selección

nacional, pero que carecen de la misma caja de resonancia para defenderse del agravio.

La utilización política de la crisis que hizo el poder central confirma esta doble vara. La previsible andanada de descalificaciones oficiales y el ensañamiento quirúrgico en las redes sociales no buscaron reparar el daño informativo ni elevar el debate sobre la calidad de los medios. Por el contrario, se montó una burda maniobra oportunista. El oficialismo nacional encontró la excusa perfecta para disciplinar discursos y fustigar a la conductora, no por la gravedad objetiva de su grosero error, sino por su explícita pertenencia ideológica e identidad partidaria. El error profesional mutó instantáneamente en el garrote de una facción que utiliza la falta de rigor ajena como combustible para alimentar su propia maquinaria de polarización y persecución cultural.

La comunicación no puede ser una timba de audaces, un laboratorio de operaciones corporativas ni una trinchera para el canibalismo ideológico. Frente a la precariedad aplaudida del algoritmo, la mentira de los grandes grupos de medios y la utilización política del error, se vuelve urgente rescatar el valor del periodismo clásico: aquel que asume la centralidad de su función social, que se somete a las normas éticas tradicionales y que entiende que la libertad de expresión exige, como contrapartida fundamental, la honestidad intelectual y el decoro profesional.