

voices

en el Fénix



COMUNICACIÓN Y PANDEMIA. LA EXACERBACIÓN DE LAS DESIGUALDADES

sumario

n°86

julio 2022

COMUNICACIÓN Y PANDEMIA

Cátedra Abierta "Plan Fénix"

NADIA KOZINER, NATALIA ARUGUETE y ESTEBAN ZUNINO Introducción 6
ANA BIZBERGE y MARÍA SOLEDAD SEGURA DERECHOS DIGITALES. ¿QUÉ NOS DEJÓ LA PANDEMIA? 10
LORENA RETEGUI ATRAVESAR LA PANDEMIA COMO PERIODISTA, SIN SER DEL STARSYSTEM 18
CARLA A. ARCANGELETTI Y ACANTE y CELESTE GÓMEZ WAGNER AGENDAS TEMÁTICAS Y ENCUADRES EN TIEMPOS DE PANDEMIA EXTENDIDA 24
SILVANA I. CAISSÓN LOS MEDIOS COMUNITARIOS DE LA ARGENTINA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19 32
ÁNGEL M. ORTIZ MARÍN EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS PROCESOS MEDIÁTICOS EN MÉXICO 40
SILVIO WAISBORD ¿CUÁNDO LA DESINFORMACIÓN SE CONVIERTE EN PROBLEMA POLÍTICO? 48
GAYE TUCHMAN EL COVID Y LOS MEDIOS 54
BERNADETTE CALIFANO POLÍTICAS PARA LA CONECTIVIDAD Y EL ACCESO A INTERNET DURANTE LA PANDEMIA 60
PABLO J. BOCZKOWSKI y EUGENIA MITCHELSTEIN ENTORNO DIGITAL Y PANDEMIA: LA VIDA NO SE DETUVO, CAMBIÓ DE LUGAR 68
MARÍA GRACIELA RODRÍGUEZ, LUCRECIA GRINGAUZ, BÁRBARA MASTRONARDI, MAURO VÁZQUEZ Y SEBASTIÁN SETTANNI ESTAMOS EN EL AIRE, ¿SALIMOS MEJORES? SUBALTERNIDAD, TERRITORIO Y MEDIOS DURANTE LA PANDEMIA 76
ERNESTO CALVO Y TIAGO VENTURA PERCEPCIÓN SUBJETIVA DE RIESGO E IDENTIDADES POLÍTICAS EN BRASIL 84
SANDRO MACASSI "NUNCA TANTOS DEPENDIERON DE TAN POCOS": NARRATIVAS SOBRE LAS CAUSAS DEL CONTAGIO DURANTE EL CONFINAMIENTO EN EL PERÚ 94
SANTIAGO MARINO Y AGUSTÍN ESPADA STOP AND GO. PERFORMANCE Y CONSUMOS DE MEDIOS EN LA ARGENTINA DURANTE LA PANDEMIA 102

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano

Ricardo J.M. Pahlen

Vicedecano

Emiliano Benjamín Yacobitti

Secretario General

Gustavo Montanini

Secretario Académico

Pablo Rota

Secretario de Hacienda y Administración

Fabián Famá

Secretario de Investigación

Adrián Ramos

Director Gral. de la Escuela de Estudios de Posgrado

Catalino Nuñez

Secretaria de Doctorado y Posdoctorado

María Teresa Casparri

Secretario de Extensión Universitaria

Carlos Jara

Secretario de Bienestar Estudiantil

Stéfano Cozza Di Carlo

Secretario de Relaciones Académicas Internacionales

Luis Pérez Van Morlegan

Secretario de Graduados

Rubén Arena

Secretario de Transferencia de Gestión Tecnológica

Claudio Freijedo

Secretario de Relaciones Institucionales

Omar Quiroga

CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Claustro de Docentes

TITULARES

Alberto E. Barbieri (Rector)
Ricardo J. M. Pahlen (Decano)
Emiliano Yacobitti (Vicedecano)
María Teresa Casparri
José Luis Giusti
Pablo Rota
Andrés Flavio López
Carlos María Negri

SUPLENTES

César Humberto Albornoz
Gerardo Fernando Beltramo
Walter Fabián Carnota
Javier Legris
Ana María Campo
Catalino Nuñez
María Inés Barbero
Adrián Horacio Ramos

Claustro de Graduados

TITULARES

Gabriela Verónica Russo
Luis Alberto Cowes
Rubén Arena
María José Canals

SUPLENTES

Roberto Darío Pons
Daniel Roberto González
Juan Manuel Oro
María Fernanda Inza

Claustro de Alumnos

TITULARES

Nicolás Tedesco
Antonella Cerase
Mateo Gadano
Jonatan Barros

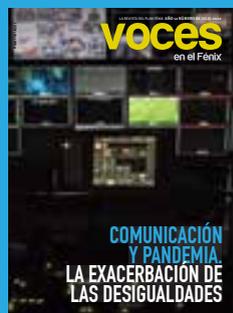
SUPLENTES

Ana Ailin Andrada
Tomás García
Sergio Segluk
Michael Acosta

Voces en el Fénix es una publicación del Plan Fénix

ISSN 1853-8819

Registro de la propiedad intelectual en trámite.



Los artículos firmados expresan las opiniones de los autores y no reflejan necesariamente la opinión del Plan Fénix ni de la Universidad de Buenos Aires.

staff

DIRECTOR

Alberto Cimadamore

COMITÉ EDITORIAL

José Miguel Amiune
Ricardo Aronskind
Alfredo Calcagno
Ricardo Koss
Oscar Oszlak
Fernando Porta
Alejandro Rofman
Mariana Vázquez

COORDINACIÓN TEMÁTICA

Nadia Koziner, Natalia Aruguete y Esteban Zunino

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Wanda Fraiman

COORDINACIÓN

Paola Severino

SITIO WEB

Erica Sermukslis

DISEÑO EDITORIAL

Martín Marpons

CORRECCIÓN

Claudio M. Díaz

FOTOGRAFÍA

Sub [Cooperativa de Fotógrafxs]

AUDIOVISUAL

Pablo Martínez
Nicolás Cerezo

Córdoba 2122, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires. C.A.B.A.

Teléfono 5285-6819. <https://vocesenelfenix.economicas.uba.ar> / voces@vocesenelfenix.com

COMUNICACIÓN Y PANDEMIA

Cátedra Abierta “Plan Fénix”
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Buenos Aires

La pandemia Covid-19 ha sido uno de los episodios más auténticamente globales que ha sufrido la humanidad; ha alcanzado en sus efectos virtualmente a todos los rincones de nuestro planeta. Se trata de un hecho inédito, cuyas repercusiones podremos comprender gradualmente, una vez que haya quedado atrás. Sin embargo, algunas consecuencias están a la vista; en particular, la profundización de las desigualdades. En el campo de la comunicación, la pandemia comportó el recurso a las redes en forma intensiva, como sustituto de relaciones cara-a-cara. Como tal, conllevó la aceleración de tendencias preexistentes, tales como el desarrollo de actividades laborales en la virtualidad y el comercio por vía electrónica. Implicó además una radical reformulación de la actividad educativa, algo que no registraba antecedentes.

Pero este avance no contribuyó a rectificar desigualdades, sino que las ratificó: fueron perceptibles las diferencias entre quienes logran el acceso a redes de alta capacidad frente a quienes no pudieron ir más allá de las vinculaciones precarias ofrecidas por la telefonía celular, cuando esta resultaba accesible. Asimismo, impactó en términos de género, al representar una carga adicional en tareas domésticas, que se entremezclaron con la actividad laboral.

Por otro lado, el drástico incremento del tiempo disponible –por el menor compromiso laboral y la supresión de los desplazamientos– conllevó una intensificación del tráfico comunicacional, tráfico además incentivado por la abierta lucha que se planteó entre quienes aceptaban las restricciones propias de la prevención y quienes sostenían que ellas comportaban restricciones inaceptables a la libertad. A este debate se sumaron cuestionamientos diversos –algunos de ellos incongruentes– a las campañas de vacunación.

El intenso desarrollo de las comunicaciones, en el marco de la pandemia, potenció así conflictivas preexistentes. Esto no debe sorprender. La promesa de que la democratización en el acceso a la información llevará a una nivelación en el campo de fuerzas sociales no podrá cumplirse si no se remueven las fuerzas que construyen la matriz de la desigualdad, fuerzas que anidan tanto en el campo de las relaciones económicas como en el de la cultura.

Esperamos que la dolorosa experiencia de la pandemia brinde elementos para un aprendizaje en ese sentido. Por lo pronto, hemos protagonizado como sociedad una suerte de acción colectiva para el resguardo de la salud, acción en la que el Estado ha mostrado un protagonismo no previsto por voceros que predicaron una y otra vez su reducción y pasividad.

El positivo impacto que promete el notable desarrollo de las comunicaciones solo podrá darse cuando la Argentina logre situarse en una senda de desarrollo sostenible e inclusivo. A esto apuntamos precisamente desde el Plan Fénix.





INTRODUCCIÓN

por **NADIA KOZINER**. *Directora del Departamento de Diseño, Comunicación e Innovación Tecnológica de la Universidad Nacional Scalabrini Ortiz (UNSO) e Investigadora asistente del CONICET. Doctora en Ciencias Sociales y magíster en Ciencias Sociales y Humanidades con mención en comunicación (UNQ). Posdoctorada en Ciencias Sociales (CEA-UNC). Es licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA), donde se desempeña como docente. Su investigación se centra en la intersección entre comunicación, política y medios.*

por **NATALIA ARUGUETE**. *Investigadora del CONICET. Profesora de la UNQ y de la Universidad Austral, Argentina. Sus principales libros son Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales –en coautoría con Ernesto Calvo– (Siglo XXI, 2020); El poder de la agenda. Política, medios y público (Biblos, 2015); y Teorías de la opinión pública y de construcción de agenda (UNQ Editorial, 2012). Publicó alrededor de cincuenta artículos en revistas especializadas cuyas temáticas centrales giran en torno a la relación entre agendas políticas, mediáticas y públicas, teniendo en cuenta el diálogo que se establece entre los medios tradicionales y las redes sociales.*

por **ESTEBAN ZUNINO**. *Doctor y Magíster en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ) y Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA). Posdoctorado en Ciencias Sociales (UNC) y Especialista en Derechos Humanos y Estudios Críticos del Derecho (CLACSO). Es investigador del CONICET y profesor regular efectivo de la Universidad Nacional de Cuyo. Dirige el Observatorio de Medios de la UNCuyo. Es director del Cono Sur de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).*

en la Argentina. ¿Cu
en el país?

www.youtub
DIÓXIDO

27 jun 2020
Integrar

ER AL TROTE:
CIONES PARA SALIR A
EN CUARENTENA

Coronavirus en la
¿infectadura o salu
grieta que se ampli
extensión de la cua

on los remedio
ndo contra la

GIARME EL CORONAVIRUS?

acariciar?

onspiratorias sobre el

ántos muertos dejará

DE CLORO | Bueno O Malo - YouTube

REDES SOCIALES - Facebook - https://facebook.com/CATAMARCA

https://www.instagram.com/caturcatamarca/...

Qué y cómo come
cuarentena

Argentina:

idocracia?

ía por la

arentena

OS case

COVID

caso adverso

transmisión de los ensay

la llegada de la vacu

navirus y América Latina

OTR

Coronavirus
actividad qu

er

dar

nida

colec

la

de

Patr

cov

ma

El conjunto de problemas que acarrió la pandemia por Covid-19 a nivel mundial no necesariamente inició una etapa nueva, sino que aceleró y profundizó un conjunto de desigualdades económicas, sociales, políticas y culturales previas. Particularmente en el ámbito comunicacional, ha dejado de manifiesto la confluencia de problemáticas y necesidades de distinto tipo. Las medidas de aislamiento destinadas a mitigar la propagación de la enfermedad acrecentaron desde muy tempranamente el protagonismo del entorno digital en el desempeño de la vida cotidiana. Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein proponen cuatro características para pensar dicho entorno en relación con la pandemia: las personas experimentamos lo digital como un sistema total global en el que vivimos gran parte de nuestra vida; su estructura se presenta como externa al control de los individuos; actúa como dinamizador de conflictos y desigualdades y su futuro conserva una buena dosis de indeterminación. Aunque podamos imaginarlo, es difícil saber hacia dónde vamos.

Las inequidades en las condiciones en las que se produce, se emite y se recibe información consolidan la brecha social, cultural y digital; de allí la necesidad de regulaciones que garanticen el derecho a la comunicación, entendido como un derecho humano.

Quienes vienen promoviendo el debate en torno al ejercicio de derechos digitales tales como la conectividad a internet, el acceso a la información y la libertad de expresión, encontraron durante la pandemia un terreno propicio para hacer oír sus demandas. A partir de una situación inédita, los gobiernos, las empresas y diversos sectores de la sociedad civil procuraron respuestas paliativas y temporarias –según interpretan Ana Bizberge y Soledad Segura para los casos de Argentina, Brasil y México– aunque insuficientes para resolver inequidades históricas. Por el contrario, el saldo de la pandemia dejó al descubierto una profundización de esos problemas. Particularmente en la Argentina, Bernadette Califano destaca que la rápida reacción del gobierno para dar respuesta a las necesidades de conectividad y continuidad de servicios TIC contrastó con el espíritu reactivo y atenuante de las medidas que, además, presentaron problemas en la implementación.

Las desigualdades también se evidenciaron con mayor claridad en las redacciones de los medios digitales con mayores niveles de audiencia, tal como evidencia Lorena Retegui. Durante la primera etapa de la pandemia, los y las periodistas

se percibían en riesgo frente al posible contagio, dado que su actividad quedó eximida de las medidas de aislamiento, por considerarse una actividad esencial. Pero, enseguida, la incertidumbre pasó a asociarse al desarrollo laboral a partir de la incorporación del trabajo remoto, el riesgo de perder la fuente laboral y “las diversas inseguridades laborales que operan en condiciones flexibles y precarias”. Como en otros ámbitos, el sector más vulnerable ha sido el de las mujeres, sobre quienes recaen las tareas de cuidado que, en pleno aislamiento, redoblaron la exigencia: “Hay un retroceso en materia de igualdad de género que (...) costará años revertir”.

En el escenario digital, los discursos tóxicos e intolerantes polarizan en extremo, rompen todo tipo de consensos y aumentan la percepción de riesgo. Las operaciones político-mediáticas se vuelven dominantes y dejan huellas en una agenda mediática oficial y poco plural.

Si bien al inicio de la pandemia las representaciones mediáticas pusieron en suspenso el hetero-patriarcalcentrismo, el porteñocentrismo y el etnocentrismo que las caracteriza, esa labor colectiva con un objetivo común pronto se diluyó y la matriz de enunciación mediática recuperó su configuración histórica. En efecto, de acuerdo con Mauro Vázquez, Lucrecia Gringauz, Bárbara Mastronardi, María Graciela Rodríguez y Sebastián Settanni, los relatos sobre la subalternidad, que durante la pandemia pusieron el foco en las dimensiones etno y porteñocéntrica, tienden a “sobrerrepresentar las diferencias culturales y a diluir en ellas la(s) desigualdad(es)”.

Estas son solo algunas de las vulnerabilidades que la pandemia puso de manifiesto, en un escenario de caos comunicacional, cultural y de saberes que generó la crisis de confianza en las instituciones, la confrontación de saberes y el conflicto de experticias. Esta crisis, sin dudas, excede lo sanitario y requiere definiciones que desborden la noción de “infodemia” para pensar, de manera comprensiva, la dimensión político-comunicacional de nuestra vida social. Como apunta Silvio Waisbord, esta confluencia “dificulta considerablemente la resolución de la pandemia, más allá de factores propiamente epidemiológicos y las vicisitudes impredecibles de la evolución del virus Covid-19”.

De la mano de las restricciones, en distintas latitudes parecería haberse pasado de un intento infructuoso y acotado por acercar posiciones ideológicas, previamente ubicadas a ambos lados de la polarización, a una ampliación de esa distancia percibida que ubicó a distintas comunidades de valores en las antípodas de un espectro ideológico que no tolera grises. De esta disputa virulenta por dar una definición que lograra explicar la pandemia, participan elites políticas, medios compitiendo entre sí y con las plataformas, y gente de a pie. Un esfuerzo infructuoso, porque la pandemia fue un fenómeno multidimensional que excede la preocupación sanitaria. De hecho, en los momentos álgidos de propagación del virus –cuando las críticas de la oposición política se enfocaron en las restricciones a la circulación y la eficacia de las campañas de vacunación– dos grandes interpretaciones contrapuestas encuadraron la respuesta sanitaria de los gobiernos. De este lado de la “grieta” se la definió como un esfuerzo para proteger a la población. Del otro, como una restricción a la libertad individual. Tales niveles de polarización social no solo se tradujeron en sentimientos de riesgo disímiles acordes con identidades partidarias –riesgo sanitario vs. riesgo económico– sino que, además, erosionaron la confianza depositada en la campaña de vacunación como solución para reducir la propagación del virus, insuflada por grupos extremistas alineados con los activistas antivacunas. En este escenario, que tuvo resonancia en distintos países de la región, el diablo metió la cola. Algunas de las contribuciones de este *dossier* identifican intervenciones discursivas de salud pública realizadas por diversos actores –gubernamentales, elites políticas y medios– que afectaron el comportamiento de las ciudadanías.

En los países de la región con mayores niveles de polarización, como Estados Unidos, Brasil y México, el papel de las instituciones gubernamentales repercutió en altos niveles de cinismo ciudadano. En México, los efectos de la pandemia en los ámbitos sanitario, socioeducativo y laboral, por poner solo algunos casos, redundaron en una opinión regular o negativa sobre las respuestas del Estado, en altos porcentajes de la población, según relata Manuel Ortiz Marín.

En Brasil, el discurso político del mandatario Jair Bolsonaro tuvo efectos desestabilizadores. Sus apariciones públicas no

hicieron más que aumentar la percepción de riesgo por parte de la ciudadanía, especialmente entre votantes opositores e independientes, tal como lo muestran Ernesto Calvo y Tiago Ventura en su estudio.

En Estados Unidos, apunta Gaye Tuchman, también los medios socavaron la confianza pública en la respuesta sanitaria. En particular, en un ecosistema mediático-digital donde la relevancia noticiosa se explica más por el nivel de consumo que por criterios editoriales. “En tales condiciones, los puntos de vista políticos se bifurcaron cada vez más (...)”, alterando el sentido mismo de las noticias, remarca Tuchman.

El desacople entre la estrategia comunicativa y la sanitaria fue uno de los problemas asociados con los altos niveles de contagio en el Perú. De acuerdo con Sandro Macassi, la falta de una acción discursiva intensa que dialogara con las creencias y percepciones de la ciudadanía obtuvo la posibilidad de desmontar un conjunto de narrativas variadas que, con una alta circulación en redes sociales y medios de comunicación, operan como barreras cognitivas para el cumplimiento de medidas preventivas. Entre ellas, la percepción de que cualquier norma resultaría infructuosa frente a la idiosincrasia peruana, la idea del bajo riesgo y la inmunidad individual o el supuesto de que las medidas de prevención no son realmente eficaces.

En la Argentina se observan desplazamientos en los temas que importan y en el enfoque que se da a las coberturas noticiosas, que se independizan de la evaluación sanitaria de expansión del virus. La sistematización que proponen Antonella Arcangeletti y Celeste Gómez Wagner evidencia el significativo incremento tanto en la atención mediática como en el consumo de información a comienzos del año 2020. Pero también advierte sobre los cambios en los enfoques promovidos por los grandes medios digitales en la Argentina, abocados a diagnosticar, responsabilizar y subrayar la dimensión conflictiva del asunto. La curva informativa sobre la pandemia mostró un comportamiento –con aumentos y caídas– que no se condijo con la evolución de la enfermedad en sí misma, apuntan. “Desde su irrupción, la pandemia de Covid-19 se convirtió en parte central del menú informativo propuesto por los medios, pero su tratamiento noticioso fue fluctuando con el paso del tiempo”.

En ese contexto, se destaca el trabajo de los medios audiovisuales comunitarios. Aunque el rol históricamente relegado que el sector no lucrativo ha tenido en el sistema de medios no se haya subsanado durante la pandemia, Silvana Iovanna Caissón pone en valor la rápida incorporación y uso de tecnologías y plataformas existentes que les permitieron sostener sus actividades sociales, la visibilización de narrativas ausentes de los grandes medios y la garantía del acceso al derecho a la cultura a partir de la propuesta de programación variada, que incluyera espacios de entretenimiento y distensión.

En efecto, la pandemia impactó también sobre los consumos informativos y culturales de la población. Durante los primeros meses de la cuarentena obligatoria, el radical aumento del tiempo de atención disponible sumado a la necesidad de orientación provocada por la incertidumbre de una situación tan extraordinaria, provocaron una explosión en el consumo de medios digitales: plataformas audiovisuales, redes sociales, *streamings* de audio y portales informativos crecieron a pasos agigantados y complementaron a los medios tradicionales, con la televisión a la cabeza. Con la vuelta a la presencialidad en los ámbitos laborales y educativos, algunas tendencias se consolidan y otras se han revertido. De acuerdo con Santiago Marino y Agustín Espada, ello da cuenta de que el consumo de algunos medios tradicionales –como la radio y la televisión abierta– se explica fundamentalmente por una disponibilidad tecnológica-situacional, más que por sus contenidos específicos. Por caso, la radio recuperó el nivel de encendido –en baja durante 2020– y superó, incluso, los valores de la prepandemia.

En definitiva, la pandemia de coronavirus no ha sido un problema epidemiológico, ni siquiera fundamentalmente sanitario. Más aún, en la región más desigual del planeta, asistimos a una crisis múltiple que alteró estructuras en apariencia estables y aceleró tendencias de larga data. Entre estas problemáticas, el ámbito comunicacional no puede soslayarse. Asumiendo que se lo ha analizado solo parcialmente y desde una óptica restrictiva, la apuesta de este dossier es, sin más, devolver una mirada comprensiva a un fenómeno multidimensional.



por **ANA BIZBERGE** (CONICET/UNQ). *Becaria posdoctoral del CONICET, con lugar de trabajo en el Centro de Investigación en Industrias Culturales de UNQ. Docente en la UBA y UNSAM.*

por **MARÍA SOLEDAD SEGURA** (CONICET/UNC). *Doctora en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea y Licenciada en Comunicación Social. Se desempeña como Profesora Regular de las Facultades de Ciencias de la Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba e Investigadora Adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.*

DERECHOS DIGITALES. ¿QUÉ NOS DEJÓ LA PANDEMIA?

LAS MEDIDAS DE AISLAMIENTO Y DISTANCIAMIENTO ESTABLECIDAS EN LA MAYORÍA DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA FRENTE AL COVID-19 CONSTITUYERON UN TERRENO FÉRTIL PARA FORTALECER EL DEBATE SOBRE DERECHOS DIGITALES. FRENTE A LAS URGENCIAS PRESENTADAS, GOBIERNOS, EMPRESAS Y SOCIEDAD CIVIL ADOPTARON MEDIDAS PARA SUPERARLAS. EL ARTÍCULO EVALÚA LOS ALCANCES Y LIMITACIONES DE ESAS DISCUSIONES, PROPUESTAS Y ACCIONES EN LA ARGENTINA, BRASIL Y MÉXICO, A DOS AÑOS DE INICIADA LA PANDEMIA.

En la pandemia, la conectividad se volvió clave para el ejercicio de otros derechos como educación, trabajo, salud, comunicación, comercio y entretenimiento.



Se argumenta que el avance de la pandemia de Covid-19 y las medidas de aislamiento y distanciamiento establecidas en la mayoría de los países de América latina no crearon nuevos problemas, sino que agudizaron los preexistentes en materia de conectividad a Internet, acceso a la información y libertad de expresión. Se presentaron con mayor fuerza reivindicaciones de estos derechos que también ya se venían produciendo y exceden la coyuntura sanitaria. Constituyeron, asimismo, terreno propicio para profundizar, ampliar y otorgar mayor visibilidad al debate sobre derechos digitales que, en algunos casos, ya eran objeto de discusión pública, aunque restringida a quienes se encargan de elaborar políticas públicas y a especialistas.

Ante la situación inédita, se buscaron soluciones provisionales que constituyeron un paliativo, pero no resolvieron la cuestión de fondo. Dos años después, la respuesta a las dificultades persistentes sigue siendo una deuda pendiente. De hecho, la mayor parte de las medidas implementadas por gobiernos y empresas se produjeron durante los primeros seis meses de 2020 y en 2021 pocos rastros quedaban ya de ellas. Si bien la pandemia permitió reforzar el debate público sobre los problemas de conectividad y libertad de expresión, estos permanecen en disputa. Algunos de esos temas siguen en la agenda pública; otros ya ni siquiera son puestos en cuestión, y otros se definen de modo tan general, impreciso e inabordable que impiden, de hecho, la formulación de políticas públicas.

En primer lugar, se muestra cómo funcionó esto con respecto al acceso a la conectividad a Internet en los tres países. Luego, en relación con el acceso a la información y la libertad de expresión. Finalmente, se presentan conclusiones.

Conectividad

En la pandemia, la conectividad se volvió clave para el ejercicio de otros derechos como educación, trabajo, salud, comunicación, comercio y entretenimiento. Ante esto, los gobiernos de la región, en particular los de Argentina, Brasil y México, y las empresas implementaron medidas para garantizar el acceso a Internet, así como a contenidos educativos, de información sobre salud e, incluso, de entretenimiento.

En los primeros meses de la pandemia, en América latina se incrementó el uso de redes de conectividad entre un 30% y 50% en promedio, según el CAF-Banco de Desarrollo de América Latina. Si bien, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe da cuenta del incremento en el acceso, sostiene que un tercio de la población en la región carece de conectividad y que persisten brechas socioeconómicas, por edad y ubicación geográfica. Como agravante, la Unión Internacional de Telecomunicaciones señala el incremento de precios de la banda ancha fija y móvil a nivel mundial durante la pandemia.

Frente a esto, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y su Relatoría Especial de Libertad de Expresión hicieron un llamado a los Estados para acelerar políticas de universalización del acceso a Internet durante la emergencia sanitaria al considerar que la conectividad es crucial para el ejercicio de derechos civiles, políticos, económicos y culturales.

En esta línea, los países de la región intentaron mitigar los efectos del incremento en el tráfico a partir de medidas que incluyeron la declaración de telecomunicaciones, tecnologías de la información y la comunicación, y radiodifusión como servicios esenciales; prácticas de gestión de tráfico (*zero rating*) y campañas para promover el uso responsable de las redes por la población.

Sobre lo primero, la implementación de estas medidas encontró limitaciones. Por ejemplo en Brasil, aun cuando el gobierno declaró servicios esenciales las telecomunicaciones y al acceso a Internet, ni el gobierno ni el regulador (Anatel) evitaron que las empresas desconectaran servicios por falta de pago, lo que incluso fue avalado por el Poder Judicial. En la Argentina, el decreto que declaró “servicios esenciales en competencia” a la telefonía móvil y fija, TV paga e Internet y suspendió el incremento de precios fue judicializado por los grandes prestadores. Esto limitó su alcance. Sin embargo, aunque los precios aumentaron, se mantuvieron debajo de la inflación y las compañías brindaron planes de Prestación Básica Universal.

Además, durante el primer año de la pandemia también hubo acuerdos público-privados, que involucraron a proveedores de conectividad y plataformas de Internet. A nivel global, Netflix y YouTube ofrecieron bajar la calidad de sus videos para evitar la sobrecarga de redes. La particularidad en el caso argentino es que esta medida se hizo en acuerdo con el regulador (Enacom). En Brasil, Anatel hizo un compromiso similar, pero con actores tradicionales: radiodifusores y proveedores de TV paga que ofrecen también *streaming* de video. Estas fueron medidas de carác-

ter provisorio, con especial énfasis en los primeros seis meses de pandemia, progresivamente abandonadas hacia fines de 2020. Estas iniciativas voluntarias de las plataformas durante la pandemia deberían ser leídas en el marco de una serie de acciones previas como parte de una estrategia de buena voluntad para limitar el alcance de las demandas para regular a estos actores. En tanto, las redes comunitarias de Internet que brindan servicios en zonas rurales o urbano-marginales, como Altermundi y Atalaya Sur en la Argentina, Redes por la Diversidad, la Equidad y la Sustentabilidad A.C. y Rizhomática en México, Artículo 19 en Brasil, durante el avance del Covid-19 fortalecieron su propuesta de ampliar el acceso y la asequibilidad de la conectividad en esas áreas. La Asociación para el Progreso de las Comunicaciones recomendó el mejoramiento de las políticas de redes comunitarias para responder a la pandemia. En la Argentina, Enacom, a partir de iniciativas de las organizaciones de redes comunitarias, puso en marcha los programas de conectividad en barrios populares y zonas desfavorables, que continúan. La pandemia permitió así reposicionar una vieja demanda del sector comunitario que durante la pandemia mostró su relevancia. Otro modo de promoción del acceso fue la implementación de medidas de *zero rating*, esto es: acceso a contenidos sin consumo de datos móviles.

A nivel internacional, la CIDH reconoció que este tipo de prácticas, si bien son problemáticas en términos de pluralismo y usualmente son consideradas una amenaza a la neutralidad de la red, serían adecuadas y proporcionadas en situaciones de emergencia como la pandemia.

En la Argentina, el Ministerio de Educación junto con las universidades nacionales acordó con las empresas telefónicas garantizar acceso a contenidos en los dominios edu.ar. También se implementó el programa “Seguimos educando”, con un sitio web que permite acceder a recursos educativos y programas de radio y TV en emisoras públicas y comunitarias. Además, el programa “Juana Manso” garantizó a docentes y estudiantes de primaria y secundaria el acceso a aulas virtuales y repositorios de contenidos, al tiempo que dotó de conectividad a escuelas, y brindó equipamiento y capacitación a docentes. El gobierno también ofreció créditos a los/as/es docentes para la compra de computadoras. En México, el regulador (IFT) acordó con los operadores móviles brindar acceso a contenidos oficiales de salud sobre Covid-19. En tanto, en Brasil, se estableció que el uso de la aplicación Coronavirus SUS para monitoreo de la pandemia no consumiera datos.

En el sector privado, grandes operadores en Brasil permitieron el acceso sin consumo de datos a aplicaciones del gobierno y a los principales medios de comunicación. Claro, Vivo, Tim y Oi brindaron acceso gratuito a wifi en lugares públicos, y permitieron acceso a las señales de TV, a libros, música y juegos por un período de tiempo limitado. En la Argentina, empresas como Cablevisión, Claro y Movistar brindaron acceso gratuito a sus clientes a sus aplicaciones y contenido. En algunos casos, la estrategia también

incluyó liberar contenido de señales *premium* por tiempo limitado (Flow), o bonificar la suscripción a plataformas de video como Amazon (Movistar). Estas iniciativas, por un lado, se dirigieron mayormente a quienes ya eran clientes y, por otro, responden a la búsqueda de nuevos/as/es suscriptores/as a servicios *premium*, aunque con resultados limitados. En otros trabajos constatamos que el incremento en los consumos no redundó en un crecimiento de la cantidad de abonados/as/es a los servicios.

Las políticas públicas en asociación con las medidas de proveedores privados para garantizar el acceso a conectividad y contenido *online* de salud, educación y entretenimiento probaron ser medidas progresivas en términos de derechos humanos. Sin embargo, hay importantes diferencias en su alcance y profundidad según los países. La Argentina adoptó un enfoque más intervencionista y regulatorio que México y Brasil, aunque enfrentó limitaciones en su implementación. Estas iniciativas se dieron en escenarios preexistentes caracterizados por agudos niveles de concentración de la propiedad en telecomunicaciones, lo que deja a los Estados escaso margen de maniobra para establecer regulaciones que afecten intereses empresariales incluso en la crisis.

Tanto en México como en Brasil, los planteos sobre *zero rating* deben ser leídos en el marco de debates más amplios sobre neutralidad de red que exceden el escenario de pandemia y que aún permanecen en disputa. El Marco Civil de Internet de 2014 de Brasil prohíbe este tipo de prácticas, aunque su implementación es problemática. De hecho, ya era frecuente este tipo de acuerdos entre prestadores de conectividad y de aplicaciones, e incluso fue avalado por la Justicia. En la actualidad enfrenta un nuevo capítulo con los debates sobre el “PL de las Fake News” que se comentará más abajo. En tanto, en México, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión prevenía que el IFT emitiera lineamientos sobre neutralidad de red, que finalmente se aprobaron en 2021 luego de que organizaciones sociales llevaran el tema a la Justicia. No obstante, criticaron los lineamientos producidos por considerar que establecen criterios que van en contra del propio principio de neutralidad que el regulador debiera proteger.

Por otra parte, en todo el mundo, bibliotecas, editoriales, publicaciones académicas, museos y plataformas de comercio electrónico de productos culturales abrieron su acceso –en diferentes niveles y plazos– a parte de sus contenidos relacionados con la pandemia, la cultura y el entretenimiento. Asimismo, algunos sitios web que ofrecían materiales liberados de derechos de autor, publicaciones agotadas o difíciles de encontrar, pero también material reciente, incrementaron su actividad, suscitando acalorados debates en la Argentina sobre derechos de autor y propiedad intelectual. Estas medidas, de carácter transitorio, muestran el gran poder de este tipo de actores sobre las condiciones de acceso a bienes y servicios culturales, tanto para promover su apertura como gesto filantrópico en un escenario de emergencia, como para cerrarlo luego retomando prácticas habituales.

Libertad de expresión

En materia del derecho a la libertad de expresión, se identifican tres tipos de problemas que cobraron particular relevancia durante la pandemia: la difusión de desinformación por parte de empresas y gobiernos, la censura automática de las plataformas de redes sociales y la promoción de la autocensura por parte de los gobiernos.

En primer término, con respecto a la desinformación, como sucedió en otras regiones del mundo, también en América latina se difundieron múltiples discursos pseudocientíficos y conspiradores sobre el Covid-19. Frente a esto, Tedros Adhanom Ghebreyesus, de la Organización Mundial de la Salud, advirtió sobre los riesgos de la “infodemia” –la difusión de desinformación sobre la pandemia–. Relatores de libertad de expresión de ONU, OEA y OSCE, Unesco, Comisión Interamericana de Derechos Humanos y Organización Panamericana de la Salud se pronunciaron en el mismo sentido; publicaron recomendaciones, crearon centros de recursos, documentos y declaraciones.

Entre los gobiernos, el presidente brasileño Jair Bolsonaro, el 24 de marzo de 2020, definió la enfermedad como “una pequeña gripe o un resfriado”. Inicialmente, el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, también minimizó, aunque después el gobierno federal mexicano cambió su posición. En la Argentina aparecieron ejemplos de desinformación en los medios. Para ilustrarlo, Viviana Canosa, una conocida comunicadora, bebía dióxido de cloro en la televisión. Fue denunciada y multada. La participación en la difusión de información falsa de líderes de opinión como dirigentes políticos/as/ques y sociales, comunicadores/as y periodistas es un problema que en la pandemia cobró gravedad sustancial porque ponía en riesgo la vida de manera directa, pero que la precede y continúa dos años después.

En Brasil, prepandemia ya había un debate sobre *fake news*, que continuó durante la expansión del Covid-19 y permanece hasta ahora. En 2020 el Senado dio media sanción al proyecto de Ley de Libertad, Responsabilidad y Transparencia en Internet. Es un proyecto de regulación de intermediarios de Internet que abarca muchos temas, pero es conocido coloquialmente como “PL de Fake News”. La sociedad civil criticó fuertemente su potencial para afectar el derecho a la privacidad, protección de datos, acceso a Internet y libertad de expresión. Por otra parte, en el mismo país, también había acaloradas discusiones previas a la pandemia sobre la desinformación referida a contextos electorales. Esos debates se retomaron de cara a las próximas elecciones presidenciales de Brasil en octubre. Las principales plataformas digitales activas en el país firmaron a inicios de 2022 un acuerdo con el Tribunal Superior Electoral con el fin de eliminar la difusión de desinformación este año.

En la Argentina la discusión sobre noticias falsas también se profundizó en estos años más allá de la emergencia sanitaria. En 2021 el gobierno nacional junto con el Consejo Económico y



Social presentó una propuesta para dar cumplimiento al Pacto Internacional por la Información y la Democracia. Ese Pacto, impulsado por Reporteros sin Fronteras, tiene por objetivo fomentar un entorno digital que propicie que la ciudadanía acceda a información fiable y pueda expresarse libremente. Para debatir y enriquecer la propuesta de acuerdo para el Buen Uso de Redes Sociales, se realizaron foros en las diversas regiones del país. En 2022 esto llegó a los medios de comunicación de masas que criticaron fuertemente la iniciativa por supuesta regulación de las plataformas y censura. Estas críticas constituyeron una evidente campaña de divulgación de información falsa. No obstante, esto puso en evidencia las enormes dificultades para impulsar debates públicos sobre el tema y la capacidad de veto de las elites económicas a cargo de los medios.

Por su parte, durante el avance del Covid-19 las corporaciones de las redes sociales se vieron obligadas a tomar medidas. Twitter modificó sus políticas de moderación de contenido y eliminó los tweets que van en contra de las recomendaciones de salud o fomentan el uso de tratamientos nocivos. WhatsApp limitó las posibilidades de reenvío de mensajes a uno a la vez, lo que, según la empresa, resultó en una reducción del 70 por ciento en el reenvío de mensajes. No obstante, también las iniciativas de las redes sociales para tratar cuestiones de desinformación y moderación de contenidos preceden y van más allá de la pandemia. Por su parte, organizaciones de la sociedad civil, académicos/as/ques y gobiernos impulsaron verificación de discursos públicos. Desde principios de 2020, una veintena de medios de Latinoamérica y España formaron la red Latam Chequea con el fin de chequear datos sobre Covid. Además, las organizaciones locales, como Chequeado de Argentina, también lo hacen en cada país. A nivel gubernamental, la agencia estatal de noticias argentina, Télam, lanzó la plataforma de verificación de información Confiar. Esto constituye una experiencia sin precedentes del uso de una plataforma administrada por el Estado con este fin. En la academia, un grupo de investigadores del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de la Argentina lanzó el proyecto “Ciencia Anti Fake News”. Las tres iniciativas continúan activas a principios de 2022.

Durante la crisis sanitaria –igual que antes y también ahora–, el uso de inteligencia artificial por parte de las redes sociales limita la libertad de expresión, ya que se reportó una gran cantidad de casos de remoción de contenido por presuntas violaciones a sus políticas. Si bien no fueron censuras previas, el problema es la falta de transparencia y rendición de cuentas de estas prácticas. Uno de los casos más conocidos fue el de la eliminación de los mensajes en Twitter del presidente brasileño Jair Bolsonaro, en los que desafió las recomendaciones de la OMS relacionadas con el Covid-19 y desalentó el aislamiento. Algo similar sucedió en Facebook. Independientemente del juicio de valor sobre el contenido, lo sucedido fue un claro ejemplo de prácticas no transparentes de moderación de contenido.

Los Relatores de Libertad de Expresión y la CIDH advirtieron que esta remoción automática y no transparente puede limitar el acceso a información importante de salud pública y solo debe llevarse a cabo cuando se cumplan las reglas de necesidad y proporcionalidad. Recomendaron que las empresas eviten bloquear sitios de medios, plataformas o cuentas particulares de Internet. Por su parte, organizaciones latinoamericanas como Intervozes de Brasil, Artículo 19 y R3D de México, ADC de Argentina, Datos Protegidos de Chile y la regional Derechos Digitales, entre otras, exigieron durante mucho tiempo transparencia y rendición de cuentas de las plataformas con distinto énfasis y propuestas diversas de mecanismos regulatorios más o menos formales. A su vez, Observacom y la Fundación Karisma de Colombia lanzaron iniciativas para documentar casos de bloqueos, borrado de contenido o censura de cualquier tipo durante el avance de Covid-19. Frente a las presiones de organizaciones y gobiernos, Facebook creó el *Oversight Board* de Contenidos, una junta “independiente” de personalidades con reconocimiento internacional en materia de libertad de expresión, que son elegidas por la propia plataforma para analizar sus decisiones sobre moderación de contenidos. Esta iniciativa es un intento corporativo de responder a la demanda de transparencia y rendición de cuentas, pero bajo sus propios términos, a fin de evitar la regulación estatal. Por último, con respecto a la promoción gubernamental de la autocensura se registraron episodios de diverso tipo en los tres países. El 8 de abril de 2020, la ministra de Seguridad de Argentina, Sabina Frederic, anunció que estaban realizando un “ciberpatrullaje” de información disponible públicamente en las redes sociales con el fin de monitorear “el estado de ánimo social”. El anuncio desató una fuerte controversia. Además, se informó que al menos cinco personas fueron detenidas en relación con sus expresiones en las redes sociales solo durante ese mes, como resultado de esta práctica de inteligencia de

código abierto. Como señalan numerosos/as/es expertos/as/es, organismos internacionales como la CIDH y organizaciones como la Iniciativa Ciudadana para el Control del Sistema de Inteligencia, esto viola la presunción de la inocencia, la expectativa de privacidad para las conversaciones, incluso las que se realizan en público, y convierte a las fuerzas de seguridad en observadoras del discurso público. Por lo tanto, amenaza la libertad de expresión, promueve la autocensura, reduce la participación ciudadana y plantea un problema para la democracia.

Por otra parte, Reporteros sin Fronteras denunció que nueve países latinoamericanos no han respetado el derecho a la libertad de expresión durante la pandemia del Covid-19. En Brasil, el presidente Jair Bolsonaro acosa a los medios de comunicación. Respaldo por su familia, algunos ministros y simpatizantes muy activos en las redes sociales, insulta, desacredita, estigmatiza y ridiculiza a los periodistas que publican información que va en contra de los intereses del gobierno o de los suyos propios, con el fin de socavar su credibilidad, crear un enemigo común y evitar responder a sus preguntas.

Los vacíos en la regulación y las dificultades en la implementación de las escasas regulaciones existentes de intermediarios en Internet y políticas de moderación de contenidos permiten, entre otros factores como el enorme poderío de las plataformas, explicar los problemas de censura privada automática y de promoción gubernamental de la autocensura que se registraron en esta coyuntura. El Marco Civil da Internet en Brasil establece que los intermediarios no pueden ser responsabilizados por contenidos generados por terceros, pero su aplicación enfrenta serios problemas. Ni en la Argentina ni en México existe un marco legal sobre este tema, aunque sí fallos judiciales y tratados internacionales. Se trata, como se viene sosteniendo, de problemas que preceden y exceden el contexto pandémico.



Conclusiones

En materia de derechos digitales de acceso a la conectividad, a la información y a la libertad de expresión durante la emergencia provocada por la pandemia de Covid-19 también se agudizaron las “desigualdades profundas y persistentes” en América latina, como las llaman Gabriela Benza y Gabriel Kessler. Es evidente que, también en este ámbito, la reducción de la desigualdad precede a la pandemia y permanece como deuda pendiente. Queda claro también que esto se debe a la resistencia de grupos de poder para resignar recursos y privilegios. Es más,

múltiples informes, como los de Oxfam, acreditan que durante la pandemia se profundizaron las desigualdades en la medida que una elite súper rica, en la que se cuenta a las principales empresas tecnológicas transnacionales, duplicó su riqueza mientras que el 99 por ciento de la humanidad sufrió el deterioro de sus ingresos.

Las empresas de Internet desarrollaron estrategias regresivas a nivel global como la difusión de *fake news* y la censura automática. En algunos casos particulares se vieron obligadas a ofrecer explicaciones o aportar soluciones alternativas, como ante la difusión masiva de desinformación. Se demuestra también que estas iniciativas de las plataformas durante el avance de la pandemia pueden ser leídas como estrategias de “filantropía empresarial” para obturar reformas redistributivas y perpetuar el *statu quo*, ante las crecientes demandas sociales para regularlas, como señalan Bull y Robles Rivera en un artículo reciente.

Como mencionamos en trabajos previos, las políticas públicas han incluido algunas medidas regresivas (como la difusión oficial de la desinformación y el fomento de la autocensura); pero también han introducido algunas medidas progresistas (como las orientadas a verificar la información pública). No obstante, las acciones gubernamentales se ven limitadas por los propios intereses de las elites políticas, así como por las debilidades

estatales ante el poderío de los gigantes tecnológicos.

En tanto, la sociedad civil de cada país intentó influir en los gobiernos para que impulsaran soluciones progresistas, y en algunos casos lo consiguió, como los programas de promoción de redes de Internet en zonas rurales y urbanas pobres. Además, en determinadas circunstancias, pudo ofrecer soluciones alternativas, como verificación de datos, denuncia de inducción a la autocensura de los gobiernos, redes comunitarias de Internet y propuestas de regulación de plataformas. Dada la persistencia y agravamiento de las desigualdades digitales, las reivindicaciones sociales siguen vigentes a dos años de iniciada la pandemia.

En este sentido, en lo que respecta al goce y ejercicio de los derechos digitales durante la pandemia, no es posible hablar de “excepcionalidad”. Esta caracterización se usa con frecuencia desde el inicio del avance del Covid-19 en el mundo aplicada a diversos ámbitos de lo social. Si la excepción es definida como aquello que se aparta de la regla o la condición general, no es adecuada para describir lo sucedido en el acceso a la conectividad, a la información y la libertad de expresión en este tiempo. Por el contrario, lo expuesto demuestra que se registra más bien una fuerte continuidad y un preocupante agravamiento de desigualdades que ya eran relevantes. Entonces no se trata de un escenario de “excepción”, sino que, como ya fue señalado, la pandemia visibilizó y puso de relieve las inequidades históricas en el ejercicio de derechos digitales y la persistencia de capturas por parte de las elites políticas y económicas que obturan su consecución.

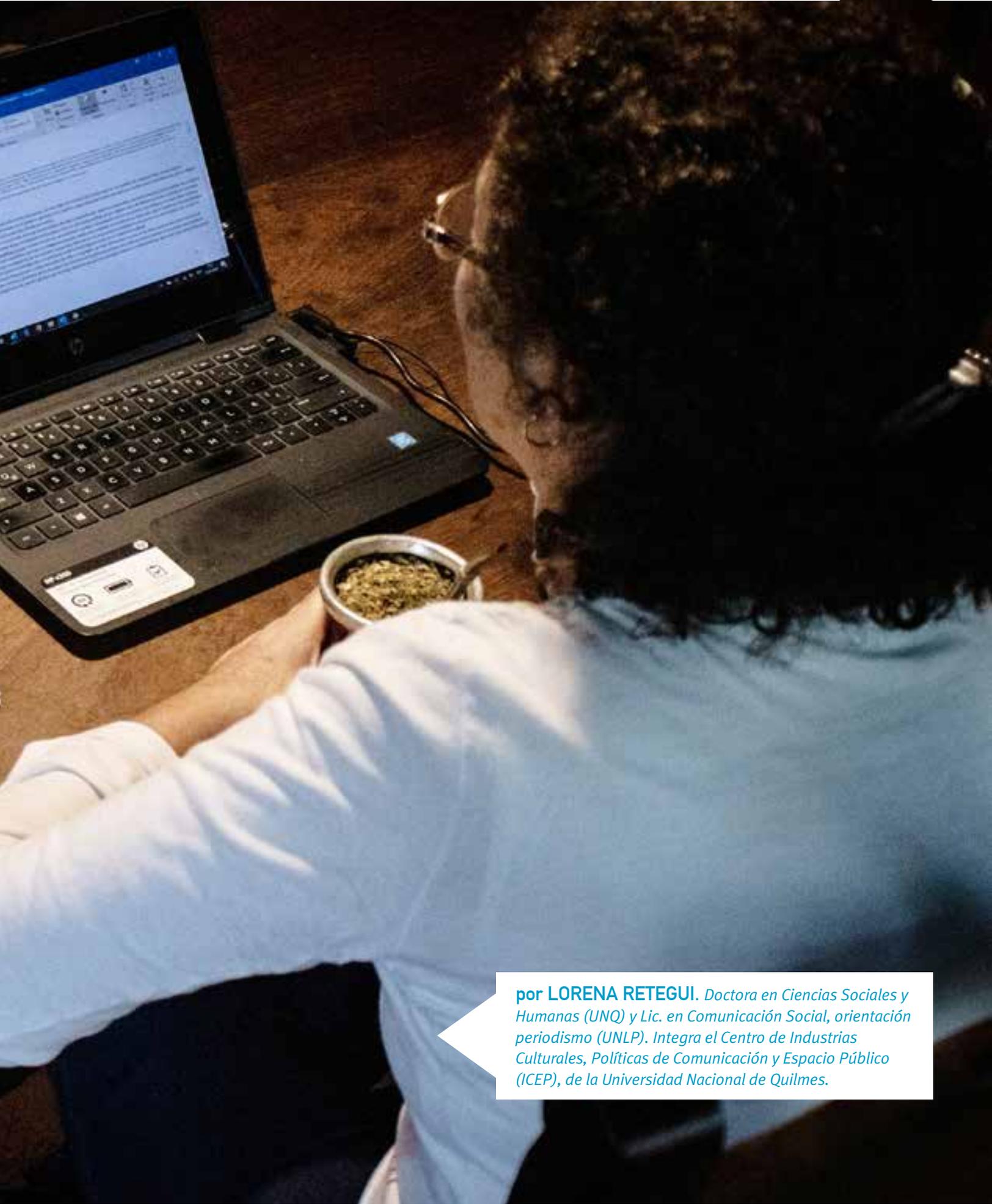
Si en publicaciones realizadas en 2020 habíamos considerado que la crisis sanitaria podía constituir un terreno propicio para profundizar los debates sobre derechos digitales y las políticas públicas necesarias para garantizarlos, a dos años de iniciada la pandemia y atenuados sus efectos en la región, esa oportunidad parece perdida.

En materia de derechos digitales de acceso a la conectividad, a la información y a la libertad de expresión durante la emergencia provocada por la pandemia de Covid-19 también se agudizaron las “desigualdades profundas y persistentes” en América latina.

LOS IMPACTOS INMEDIATOS DE LA CRISIS SANITARIA POR COVID-19 FUERON TRANSVERSALES EN EL MUNDO DEL TRABAJO, CON CONDICIONES LABORALES MÁS FLEXIBLES Y UN AUMENTO EN LAS DESIGUALDADES. LA AUTORA REFLEXIONA SOBRE EL PARTICULAR ESCENARIO QUE ATRAVESARON LOS Y LAS PERIODISTAS DESDE QUE SE ANUNCIÓ EL AISLAMIENTO OBLIGATORIO POR COVID-19.

ATRAVESAR LA PANDEMIA COMO PERIODISTA, SIN SER DEL STAR SYSTEM





por **LORENA RETEGUI**. *Doctora en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ) y Lic. en Comunicación Social, orientación periodismo (UNLP). Integra el Centro de Industrias Culturales, Políticas de Comunicación y Espacio Público (ICEP), de la Universidad Nacional de Quilmes.*

E

n este texto hay *spoiler*: la pandemia por Covid-19 trastocó la actividad periodística a partir de una reconfiguración de la organización laboral, arrimó condiciones de trabajo más flexibles y dejó un mayor pesimismo sobre el futuro laboral y un aumento en las desigualdades de género. Sin analizar los efectos a nivel macro, y teniendo en cuenta que las asimetrías en nuestro país son ubicuas y diversas, pondremos el ojo en las consecuencias sociolaborales que tuvieron lugar en redacciones de medios digitales, reconocidos y de gestión privada, es decir, empresas con estructura grande (en su propiedad y en la plantilla de periodistas), que lideran en el ranking de consumos y con diferentes contrato de lectura. Hay matices, que expondremos en las próximas líneas, pero si hay algo que exponen las crisis es que el hilo se corta por lo más delgado: sus trabajadores y trabajadoras.

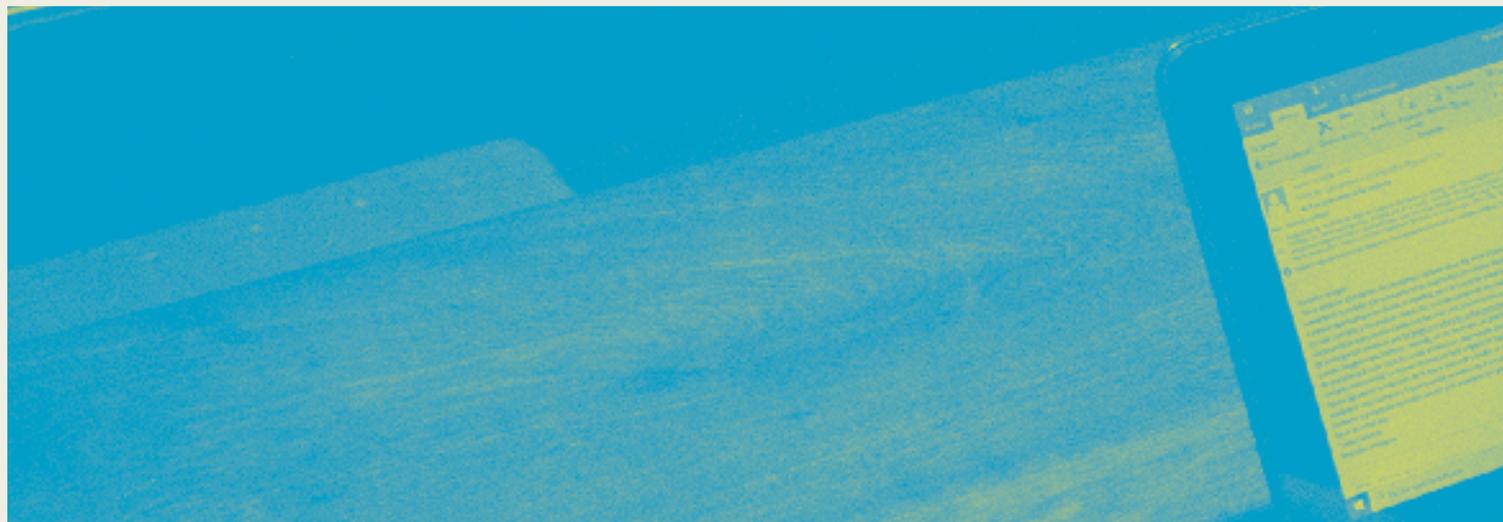
¿Antes de la irrupción de la pandemia todo eso no ocurría? Sí, incluso el pasado inmediato de los cuatro años de macrismo (2015-2019) bien merece un capítulo aparte y extendido por los resultados nocivos que las políticas de Cambiemos generaron en el mercado laboral en general, y periodístico en particular, y en la subjetividad de los y las trabajadoras de prensa. Sobre llovido, mojado.

El trabajo remoto o la doble jornada

En el primer año de pandemia, la modalidad de trabajo a la distancia se convirtió en una alternativa para las empresas de medios (y para otros sectores económicos), pero una obligación para sus trabajadores, en un escenario de vacío regulatorio sobre sus derechos laborales, y en tanto el periodismo fue considerado una actividad esencial, exenta de las restricciones a la circulación, que el gobierno decretó para hacer frente a los contagios por Covid-19, en marzo de 2020.

En la Argentina no está normativizada la labor de los y las periodistas digitales, lo cual oscurece la situación de profesionales que, aun estando en relación de dependencia con la empresa, realizan tareas por fuera de la jornada laboral sin remuneración. Tampoco el trabajo a distancia, en general, estaba legislado hasta que la situación de Covid-19 habilitó el debate y la aprobación en julio de 2020 de la ley 27.555 (Ley de Teletrabajo). De ese modo, puntos vinculados a la extensión de la jornada, el derecho a la desconexión, la obligación de proveer los medios de producción por parte del empleador, el pago de gastos referidos a servicios como luz e Internet, o derechos en torno a tareas de cuidados no estaban normados durante la etapa más crítica de la pandemia.

Desde algunos medios de comunicación, sus periodistas denunciaron esa situación, al no cubrir gastos extraordinarios y, más grave aún, quitar algunos servicios con la excusa de que sus trabajadores ya no asistían al lugar de trabajo, como ocurrió en *La Nación*, cuya gerencia dispuso el quite del compensatorio por



comedor, y eso implicó un descuento indirecto del salario. Tras el reclamo público de los y las trabajadoras, algunas situaciones se revirtieron, aunque de modo insuficiente, tardío y desigual. Por conceptos de gastos por conectividad, desde fines de 2021, se les brindó un remunerativo y, hace apenas unos meses, equipamiento para trabajar de modo remoto (notebooks, auriculares con micrófono, mochilas para transportar la computadora). Diferente fue lo que ocurrió con el plus por comedor. Con la vuelta gradual a la presencialidad, el servicio reabrió, pero la empresa no aceptó pagar compensatorio para quienes todavía hacen *home office*, la mayoría de la categoría redactor, la más baja de la escala salarial.

En *Infobae*, al cierre de este artículo, solo volvieron físicamente a la redacción los editores y la “mesa chica”. Esta metodología de sectorialización espacial revela un rasgo que va más allá del ahorro inmediato de costos, en tanto la masa más voluminosa de trabajadores se encuentra dispersa y el trabajo remoto puede dificultar el desarrollo de la actividad gremial. Ya en el 2020, cuando la pandemia irrumpió como evento crítico y excepcional, desde la gerencia del medio que comanda Daniel Hadad hicieron gala del discurso de las “bondades” del teletrabajo y adelantaron a los jefes de sección que ese escenario llegaba para quedarse. El malestar fue generalizado: sin rumbo preciso, asumiendo gastos de conectividad y con jornadas extensas y horarios flexibles.

El Grupo Clarín no dio el ejemplo por ser el más grande. Al contrario. “No fuimos compensados ni para trabajar en nues-

tras casas, ni ahora para volver. Logramos sostener el vale de comida, pero nunca nos pagaron por la conectividad ni ningún tipo de compensación económica por los gastos que nos generó trabajar en nuestras casas, y tampoco equipamiento”, señala una de las fuentes consultadas para esta nota. En *Página/12* recién en 2021 se pagó un humilde plus en concepto de gastos por teletrabajo.

Ahora bien, el *home office* no es un trabajo nuevo; es una modalidad que no escapa de las tendencias generales de control de la fuerza de trabajo y de precarización. De hecho, en el periodismo implicó, según datos del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA), en una encuesta realizada entre mayo y junio de 2021, un incremento de las jornadas de trabajo y la “doble jornada” para las mujeres. La extensión horaria en las redacciones, y la consecuente sobrecarga laboral, sin remuneración correspondiente, no es original en la industria mediática. La frase de cabecera es que “el diario es como un casino. No sabés a qué hora salís”. Sin embargo, durante el aislamiento ese escenario tendió a agravarse y los horarios se hicieron más flexibles. Una de las formas de control del tiempo de trabajo se da mediante la continua disponibilidad hacia el supervisor inmediato y los cambios de horarios prescritos por las empresas que, en pandemia, se volvieron una constante.

Si bien este escenario –de solapamiento con las tareas en los hogares– es común para hombres y mujeres, son las periodistas quienes más padecen el *home office*, poniendo de manifiesto una ruptura con la correspondencia dada entre cuidado y esfera privada. En el diario *La Nación* la empresa no solo evitó medidas positivas para conciliar la vida laboral y privada, sino que promovió políticas regresivas: en medio del aislamiento obligatorio, y con todos los establecimientos educativos y de cuidado cerrados, quitó el compensatorio en concepto de “guardería” que se les da a las trabajadoras de prensa, con hijos menores a cargo. Esta situación debe leerse en clave más panorámica: a nivel global, existe una distribución inequitativa de las responsabilidades de cuidado, tanto en términos socioeconómicos como de género. Y la situación de pandemia no solo desnudó esa asimetría; la acentuó. Según datos del Foro Económico Mundial (FEM), la pérdida de empleo durante el 2020 fue más alta en mujeres que en varones, y a medida que el mercado laboral se recupera, los datos muestran que las mujeres son contratadas a un ritmo más lento en distintas industrias, con menor probabilidad de que sean ocupadas para puestos de liderazgo. Hay un retroceso en materia de igualdad de género que, estiman desde el FEM, costará años revertir.



#ElSueldoNoAlcanza

En la encuesta mencionada, sobre 900 trabajadores y trabajadoras de prensa de medios de ciudad de Buenos Aires, más del 55% gana por debajo de la canasta básica total del INDEC. Si se recorta el universo hacia el sector de redactores y redactoras de la prensa gráfica, como categoría testigo, ese porcentaje asciende al 80 por ciento.

En la misma encuesta surgen otros datos que dan indicios de la situación precaria del sector: el 76% señaló que la empresa no les pagó las horas extras, realizadas durante el periodo de pandemia. Más perjudicado aún fue el sector no asalarado, los llamados “colaboradores” o *freelance*. En ese universo, el 86% cobró por debajo de la línea de pobreza, de los cuales un 20% cobró de modo tardío, entre dos y cuatro meses más tarde.

El salario pobre tampoco es original en las industrias periodísticas, pero en los últimos años se vio más resentido. Durante el gobierno de Cambiemos, la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (el sindicato de prensa con personería gremial en CABA) negoció paritarias siempre por debajo de la inflación. Es decir, los y las periodistas perdieron un 41,6% de poder adquisitivo acumulado entre 2016 y 2019.

En *Página/12* es historia repetida el reclamo para que paguen salarios dignos. En el transcurso de los dos años de pandemia sus trabajadores y trabajadoras acudieron al cese de tareas, quite de firmas y al paro. Al Grupo Octubre le exigen (porque hasta el cierre de este artículo seguían con medidas de fuerza gremiales) que respete las paritarias, la recategorización de los colaboradores y la regularización de quienes se desempeñan en distintas áreas de la web del diario, ya que, al estar por fuera del convenio de prensa, deriva en perjuicios económicos concretos. Vale señalar que este escenario se repitió en muchas redacciones, tal como lo expuso la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN) que acompañó el paro que hicieron en *Clarín*, *Olé*, *Ámbito Financiero*, *Diario Popular*, *El Cronista* y *Perfil*, en diciembre de 2020, bajo las consignas comunes #ElSueldoNoAlcanza” y #NoHayPeriodismoEsencial sin salarios dignos.

En *La Nación* las tensiones salariales son de vieja data, pero se acrecentaron desde la pandemia y sus periodistas denunciaron en las redes sociales (@ComisionLN) flexibilización laboral y sueldos por debajo de la canasta básica. La bronca aumentó tras filtrarse que algunas de las estrellas de la señal de noticias LN+ tienen contratos millonarios, mientras que en la redacción del diario los ingresos básicos no superan la línea de la pobreza. No es coincidencia la sangría de periodistas del lujoso edificio de Vicente López, aunque esta situación también es previa a la crisis sanitaria. Desde 2017, con los cambios en la cúpula directiva y de modelos de negocios, hubo despidos (que incluyen a los setenta operarios por el cierre de la planta de impresión en 2019), pre-jubilaciones y retiros voluntarios. Es como la privatización de los ferrocarriles en los noventa, dicen desde adentro: “Ramal que cierra, ramal que no abre”.

Una de las consecuencias de la pauperización salarial en los últimos años es la modalidad del pluriempleo. Según la encuesta de SiPreBA, más de la mitad de las y los periodistas encuestados, pertenecientes al sector de prensa escrita y oral, reconoció tener más de un empleo y el principal motivo que dieron fue que el sueldo no les alcanzaba.

En la Argentina no está normativizada la labor de los y las periodistas digitales, lo cual oscurece la situación de profesionales que, aun estando en relación de dependencia con la empresa, realizan tareas por fuera de la jornada laboral sin remuneración.



Inseguridad(es)

Los conceptos incertidumbre, riesgo e inseguridad denotan características diferentes del mundo social, pero estrechamente vinculadas. De modo resumido, la incertidumbre es un concepto sociológico más amplio que supone la falta de certezas respecto de un evento; mientras tanto, el riesgo implica la probabilidad de un daño. La inseguridad laboral es más observable (que el sueldo esté por debajo de la línea de pobreza es un ejemplo concreto y tangible). En los últimos dos años, con la irrupción del Covid-19, estas nociones tomaron mayor protagonismo, desde el nivel sanitario y laboral (también afectivo, claro).

Si en un primer momento (allá por el 2020), el riesgo para muchos y muchas periodistas se vinculaba con el posible contagio, en tanto el periodismo fue una de las actividades excluidas de la cuarentena obligatoria, acto seguido aparecieron las incertidumbres y riesgos en torno al trabajo: la reconfiguración en las redacciones con el trabajo remoto; el riesgo de la pérdida de la fuente laboral y las diversas inseguridades laborales que operan en condiciones flexibles y precarias, algunas de las cuales describimos en los párrafos anteriores. Hay pesimismo, al menos entre quienes integran la base de la pirámide, y eso atraviesa a todas las redacciones, porque a pesar de contar con trayectorias seguras y ser asalariados, perciben en general un profundo desánimo respecto de su vida laboral. Esto último se vincula, también, con los cambios que el ecosistema mediático ha sufrido en las últimas décadas: cambios en el tamaño, composición y rasgos físicos de sus redacciones, transformaciones en el modelo de negocio, en la organización de los procesos productivos y rutinas de trabajo, en los usos y consumos (la migración de audiencias a otros formatos) y, en definitiva, en la forma de sentir y transitar la profesión.

“En *Clarín* ya teníamos una agenda de maltrato y precarización y la pandemia lo que hizo fue profundizarla y sumar una incer-

tidumbre: la de no saber cuál es el rumbo empresarial, el rumbo para que nuestro oficio siga siendo sustentable, que es la mayor dificultad que atraviesa el gremio. La muestra es el exilio de las redacciones, no solo de *Clarín*. Compañeros que dejan el periodismo para ir a otros sectores, como el marketing”, resume una de las periodistas consultadas para esta nota.

Si bien es prematuro reflexionar sobre la aplicación de la ley 27.555, y al margen de que el trabajo a distancia encuentra legitimidad en algunos sectores, en el caso de los y las periodistas encontró, especialmente en el primer año de pandemia, una mayor intensificación laboral, por la extensión de la jornada, pero también por pequeños momentos de conectividad que hacen que el flujo de trabajo sea intermitente pero acumulativo.

A eso se suman las desigualdades de género, porque fueron las mujeres las que asumieron mayormente el rol de cuidadoras y trabajadoras al mismo tiempo. Aquí, entendemos que en la organización social del cuidado confluyen distintos actores sociales que son responsables y participan de la provisión de servicios de cuidado, en la regulación de los tiempos para cuidar o en el otorgamiento del dinero para el cuidado y que tienen la potencialidad de incidir y modificar la distribución actual de esos cuidados: el Estado y las instituciones públicas, los sindicatos y las empresas, en este caso, de medios.

Que los trabajadores y trabajadoras se encuentren inmersos en procesos más acentuados de incertidumbre laboral que en el pasado, como los estudios contemporáneos de trabajo confirman, no es atributo de nuestra región ni de la actividad periodística. Sin embargo, la estabilidad y condiciones laborales adecuadas en el periodismo argentino son un bien cada vez más escaso y selectivo, donde unos pocos ganan mucho y muchos están por debajo de la línea de pobreza. En todo caso, la pandemia lo que hizo fue profundizar contextos más flexibles y un aumento en las desigualdades.





por **CARLA ANTONELLA ARCANGELETTI YACANTE**. *Licenciada en Comunicación Social y doctoranda en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de Cuyo. Es integrante del Observatorio de Medios y Comunicación de esa universidad y becaria doctoral del CONICET.*

por **CELESTE GÓMEZ WAGNER**. *Becaria Doctoral (CONICET/UNQ). Maestranda en Periodismo y Licenciada en Comunicación Social (UBA). Docente en la Universidad Nacional Scalabrini Ortiz. Integra el Observatorio de Medios sobre Agendas, calidad informativa y procesos productivos en medios de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).*



AGENDAS TEMÁTICAS Y ENCUADRES EN TIEMPOS DE PANDEMIA EXTENDIDA

EN EL ARTÍCULO LAS AUTORAS ANALIZAN LOS DESPLAZAMIENTOS TEMÁTICOS Y LOS CAMBIOS DE ENCUADRES QUE LA NACIÓN, CLARÍN, PÁGINA 12 (EN SUS VERSIONES DIGITALES) E INFOBAE HICIERON EN SUS COBERTURAS DURANTE TRES MOMENTOS CLAVES DE LA PANDEMIA REGISTRADOS ENTRE 2020 Y 2022.

Cuando la pandemia intentó cerrar la grieta

En 2020, el mundo entero vivió una disrupción inédita. La rápida y expansiva propagación del Covid-19 inauguró un período de incertidumbre que tuvo como uno de sus puntos iniciales la definición como pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo.

Frente al crecimiento de contagios de un virus de características desconocidas hasta ese momento, los gobiernos de distintas partes del mundo decidieron tomar medidas como el cierre de fronteras y el confinamiento de la población en sus hogares para reducir el impacto en el sistema sanitario. Rápidamente, el asunto capturó la atención de las agendas mediáticas y el consumo de información se incrementó de forma significativa. Según datos de un estudio realizado por el Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Cuyo, nueve de cada diez noticias que se publicaron en los principales medios digitales argentinos en las primeras cinco semanas del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) se refirieron al Covid-19. Esta tendencia puede explicarse, en parte, por la intervención de variables como: el interés de las audiencias en conocer acerca de un asunto de notable gravedad y que, además, en función del confinamiento

quedaba por fuera de su experiencia directa; la incertidumbre del entorno y la necesidad de orientación respecto de qué hacer y cómo hacerlo.

En este sentido, la curva informativa sobre la pandemia aumentó, de acuerdo con el estudio mencionado, más que la enfermedad en sí misma, durante el primer mes del ASPO. En consonancia con esta investigación, la encuesta online “Cómo nos informamos durante la cuarentena”, realizada por el Instituto Gino Germani de la UBA en abril de 2020, indicó que el 56,6% de las personas le dedicó más tiempo que antes a buscar información.

Además del volumen de noticias, durante este primer período, desde los medios se construyó una supuesta unidad que parecía apuntar a “cerrar la grieta” en favor de la salud pública. La publicación de una misma portada con el titular “Al virus lo frenamos entre todos” por parte de los principales diarios del país marcó la pretensión de mostrar esta unidad. Sin embargo, no tardó en exhibir sus puntos de quiebre. En la medida en que la pandemia se extendió en el tiempo y perdió sus características de novedad e imprevisibilidad, la concentración temática cedió lugar a otros asuntos que volvieron a aparecer en los menús informativos en clave polarizada.



A partir de estas consideraciones, el artículo se propone analizar cuáles fueron los desplazamientos temáticos y los encuadres predominantes que *La Nación*, *Clarín*, *Página 12* (en sus versiones digitales) e *Infobae* desplegaron en sus coberturas sobre la pandemia entre 2020 y 2022. Algunas de las preguntas que guían el recorrido son: ¿cuál fue la relevancia de la pandemia en las coberturas mediáticas?, ¿qué atributos se destacaron?, ¿cuáles fueron los encuadres que predominaron en las noticias?

En relación con la atribución de responsabilidad, los datos reflejan que en un primer momento el Poder Ejecutivo nacional, como institución o a través de sus organismos y funcionarios, fue identificado como aquel con la capacidad de resolver el asunto.

Un abordaje para estudiar las noticias de la pandemia

Para responder las preguntas planteadas se seleccionaron 420 noticias en función de haberse publicado entre los primeros cinco lugares de las *homes* de los medios estudiados, tomando el criterio de recorrido de lectura (de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo). El *corpus* fue proporcionado por el Observatorio de Medios y Comunicación de la Universidad Nacional de Cuyo. Se trabajó con una muestra a partir de una semana construida representativa de cada uno de los recortes temporales realizados: 1) abril de 2020, 2) octubre de 2020 y 3) enero de 2022. El primer período coincide con la irrupción de la pandemia. Tomando los registros oficiales del Ministerio de Salud de la Nación, entre el 31 de marzo y el 30 de abril de 2020, la cantidad de casos contagiados se multiplicó de 1.054 a 4.428, lo cual marcó un pico de crecimiento de 320,11%. El segundo período registró el porcentaje más elevado de ocupación de camas en terapia intensiva (UTI) a nivel nacional desde el inicio de la pandemia (64,3%). Por último, en el tercer período se observó el mayor pico de contagios desde el comienzo de la pandemia, con un porcentaje de incremento de los casos positivos del 419,15%. Esto se correspondió con la propagación de la variante Ómicron. La muestra se analizó a través del análisis de contenido cuantitativo. La construcción de las variables y el estudio de los datos obtenidos se enmarcaron en las perspectivas teóricas de la *Agenda Setting* y el *Framing*. La primera de ellas fue pionera en corroborar de manera empírica que los medios tienen la capacidad de incidir en la opinión pública, a través de los temas y/o personajes que incluyen, jerarquizan y destacan en sus coberturas, así como también mediante los atributos con los que caracterizan a los mismos. El *Framing*, por su parte, puede ser definido como un programa integral de investigación que permite abordar todas las instancias de la comunicación (la producción, los textos noticiosos, su recepción y la cultura). En este artículo se estudian específicamente los *news frames*, es decir, aquellos encuadres que quedaron plasmados en las coberturas; considerando, de todas formas, que estos interactúan con las conductas cognitivas y sociales que les dieron forma. Así, los medios son considerados actores sociales que coproducen el significado de los asuntos, construyendo distintas formas de comprender la realidad.

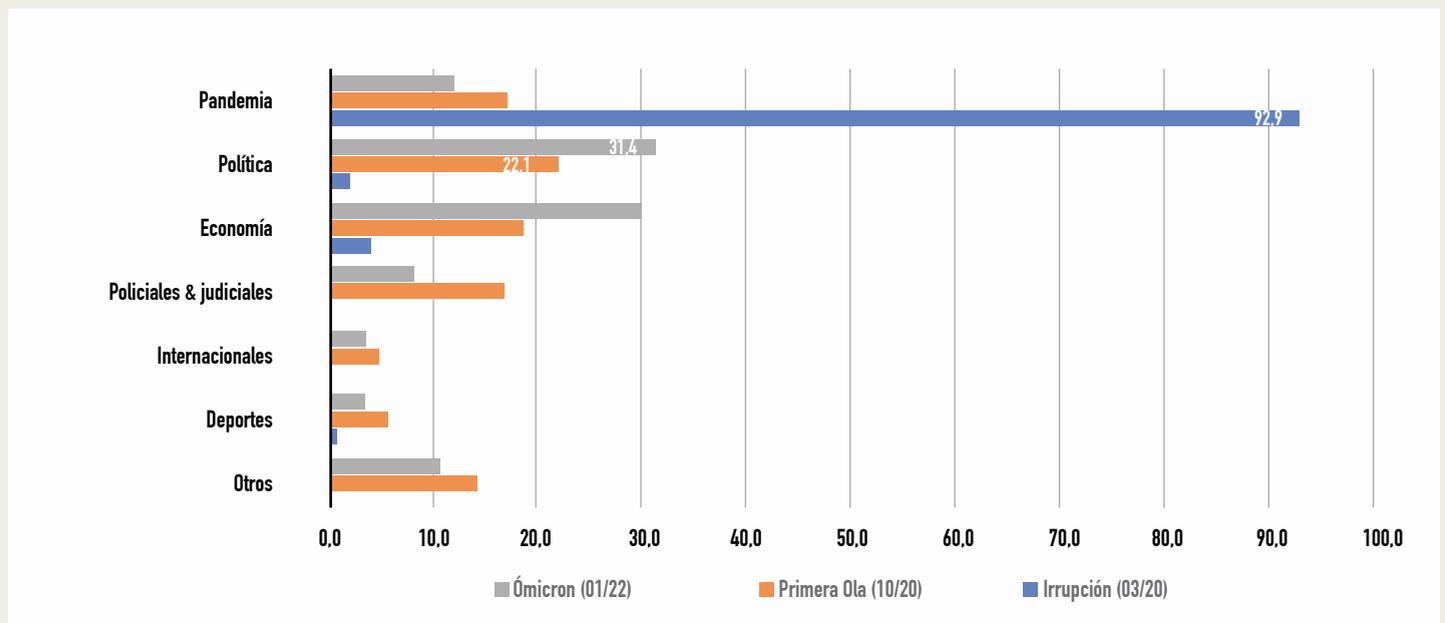
Los desplazamientos temáticos y los encuadres predominantes de la pandemia extendida

Tal como se señaló, diversos estudios han demostrado ya la relevancia inédita que tuvo la pandemia durante sus inicios en las coberturas mediáticas. Este trabajo confirma que, durante su irrupción, nueve de cada diez notas publicadas por los medios analizados se centraron en el Covid-19, por lo que se convirtió casi en un monotema. Esto puede explicarse, entre otras cosas, por la excepcionalidad del asunto, por la incertidumbre generada, por la necesidad de los públicos de obtener información en tiempo real y por la incapacidad de las personas de contrastar los hechos con su realidad intersubjetiva a causa del ASPO. De esta manera, otros temas tradicionales como la política y la economía prácticamente desaparecieron de las agendas.

Sin embargo, con el paso del tiempo, la pandemia fue perdiendo terreno en la composición temática de los menús informativos y emergió nuevamente la discusión política en general y los conflictos relacionados con la macroeconomía. Además, otros temas blandos como los deportes y los espectáculos comenzaron a recuperar sus lugares tradicionales en los medios. Tanto es así que, durante la primera ola y el pico de Ómicron, menos de dos notas de cada diez publicadas en las *homes* de los medios se refirieron a la pandemia.

Durante la irrupción, las coberturas destacaron los aspectos sanitarios del asunto, así como también las cuestiones referidas principalmente a los controles de tránsito y circulación. Las características políticas (asociadas a las decisiones del gobierno nacional), internacionales (vinculadas con una mirada globalizada del problema) y las económicas de la pandemia (ligadas

Agendas temáticas. Clarín, La Nación, Infobae y Página 12



Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio de Medios UNCuyo

a su impacto y a la asistencia por parte del Estado a los grupos sociales más perjudicados) también fueron destacadas en las coberturas de este primer período, aunque de manera secundaria. Cabe mencionar que únicamente en la irrupción se resaltaron aspectos vinculados con la asistencia estatal.

Con la llegada de la primera ola, las coberturas que enfatizaron atributos sanitarios se volcaron hacia los porcentajes de ocupación de las camas de terapia intensiva en todo el país y hacia los protocolos de cuidado para evitar un colapso del sistema sanitario. Al mismo tiempo, se resaltaron aspectos referidos a las vacunas, al ritmo de los protocolos que ya estaban en marcha. Si bien la política se mantuvo aquí como un atributo destacado de la pandemia (sobre todo en un tono crítico por la gestión gubernamental del problema), aquellos vinculados a la economía perdieron terreno. En su lugar, afloraron los relacionados con los espectáculos: fueron noticia todas aquellas personas famosas que se contagiaron.

Por último, el pico de Ómicron presenta otras variaciones. Por un lado, los medios priorizaron los atributos sanitarios del asunto para explicar, por ejemplo, cómo esta variante resultaba más contagiosa que otras. Así también creció la presencia de aspectos vinculados con las vacunas y su efectividad. Otros atributos que aparecieron en este momento como una novedad se relacionan con la educación (por la proximidad con el comienzo del ciclo lectivo 2022 y por las dudas sobre los sistemas presenciales, virtuales o híbridos a llevar a cabo y los protocolos que debían seguirse), los deportes (marcados por el comienzo de un nuevo campeonato de fútbol profesional en la Argentina y por las Eliminatorias Sudamericanas rumbo al Mundial de Fútbol Qatar 2022) y el turismo (incentivado por el programa nacional PreViaje, que motivó a que los argentinos ocuparan la totalidad de la capacidad hotelera en diversos puntos del país).

Si se presta atención a los desplazamientos de cada medio, se observa que, aunque durante todo el período de irrupción el tema principal de las agendas fue la pandemia, *Página 12* aprovechó para destacar las características políticas del asunto resaltando las decisiones del gobierno nacional que, en un principio, fueron bien aceptadas por todos. Con la primera ola ya comienzan a mostrarse diferencias: la economía aparece como el tema central de la agenda de *La Nación*, y en *Página 12* cobra lugar la política por sobre la pandemia. En *Infobae*, en este período se enfatizan los aspectos de la pandemia que tienen que ver con los espectáculos. Por último, en el tercer recorte, la pandemia desaparece como tema principal de las agendas de todos los medios y se reconfiguran los asuntos tradicionales, que recuperan el tinte polarizado a través de la política y de la economía. En consonancia con estas variaciones, las maneras de encuadrar



el tema también fueron fluctuando con el transcurso del tiempo. Para este estudio se trabajó con la propuesta de Semetko y Valkenburg, dos autoras que plantean cinco encuadres genéricos que podrían presentarse en cualquier texto noticioso: el encuadre de conflicto, centrado en el desacuerdo –ya sea entre instituciones, grupos o individuos–; el de atribución de responsabilidad, en el cual se le asigna la responsabilidad por el problema o su solución a una institución, grupo o individuo; el encuadre de interés humano, que desarrolla un tratamiento emocional o se centra en el rostro humano del asunto; el de moralidad, que prescribe cuestiones morales o religiosas, y el de consecuencias económicas, que presenta el problema en términos económicos que se deberán afrontar. En el período de irrupción, el encuadre predominante en las

coberturas mediáticas sobre la pandemia fue el de interés humano. Casi siete de cada diez notas referidas al tema hicieron hincapié en cómo el problema afectó a los individuos; allí se incluyeron aspectos privados e imágenes que ayudaron a construir las historias de vida enmarcadas en los efectos humanos de la pandemia. Por lo general, en este primer momento, los medios se centraron en el costado sanitario del asunto; es decir, en quiénes eran los primeros contagiados, cuáles habían sido sus viajes, cuántos años tenían, cómo transitaban sus días en las terapias y cómo evolucionaban sus diagnósticos. Sin embargo, la prevalencia de este encuadre comenzó a descender hacia la primera ola de contagios (54%) y terminó por diluirse con el pico de Ómicron: menos de tres de cada diez notas presentaron este encuadre.



En relación con la atribución de responsabilidad, los datos reflejan que en un primer momento el Poder Ejecutivo nacional, como institución o a través de sus organismos y funcionarios, fue identificado como aquel con la capacidad de resolver el asunto. Luego, en la primera ola, creció de 5% a 29% el porcentaje de notas que les adjudicaron la responsabilidad por la solución de la pandemia a los gobiernos locales, en consonancia con la implementación de protocolos provinciales. Por último, con la llegada de la variante Ómicron, la mirada se volcó hacia el comportamiento individual de las personas, caracterizadas como responsables del problema y de su solución.

La puesta en valor de la moral, del accionar colectivo en virtud de un bien común, de la necesidad de cumplir con las normas y de “cuidarnos entre todos” también fue una postal de los momentos más críticos: el de la irrupción por la incertidumbre exacerbada y el de la primera ola, por el temor al colapso de las terapias intensivas del país. A pesar de que la variante Ómicron se adjudica el récord de contagios desde que empezó la pandemia, la alusión al buen comportamiento en las noticias sobre la pandemia disminuyó más de la mitad respecto de la primera ola.

En cuanto al encuadre de conflicto y aquel que hace foco en la interpretación económica del asunto, no aparecen como sobresalientes en ninguno de los tres períodos analizados. Esto podría encontrar explicación en que estos enfoques rápidamente recuperaron su rol de condimento central de los temas económicos y políticos que se repositionaron en las agendas, por fuera de la pandemia.

Por último, en cuanto a los encuadres predominantes en el tratamiento que cada medio realizó en las noticias sobre la pandemia, se observa como diferencia que, durante la irrupción, *Clarín* sí hizo foco en el conflicto y en las pérdidas y/o ganancias futuras a nivel económico, mostrando una posición editorial más marcada respecto de *La Nación*, *Infobae* y *Página 12*. Además, otro aspecto destacable es que *Página 12* no atribuyó la responsabilidad del problema en casi ningún caso al gobierno nacional.

A modo de reflexión

A lo largo de la pandemia extendida, el asunto pasó de ser un tema que monopolizaba las agendas mediáticas haciendo énfasis en la importancia de sortear las diferencias políticas a favor de un bien común (la salud pública), a ser totalmente desplazado del primer lugar del ranking de asuntos más destacados en las *homes* de *La Nación*, *Clarín*, *Página 12* e *Infobae*.

Este artículo confirma que nueve de cada diez notas publicadas en la irrupción de la pandemia fueron sobre Covid-19, sin embargo, con el paso del tiempo, el asunto fue perdiendo lugar. En el tercer período analizado, la pandemia desaparece como tema principal de las agendas de todos los medios estudiados; mostrando un espejo invertido respecto del primer momento.

Del mismo modo, los encuadres que enmarcaron el tema en términos de interés humano y de moralidad también fueron diluyéndose con el paso del tiempo. Así, no solo se volvieron menos compactos, sino que además dieron paso a que primaran los aspectos individuales del problema, pasando de encuadrarse como un asunto cuya solución se le atribuía al gobierno nacional, a ser un problema que debía resolver particularmente cada persona.

Como consecuencia de estos desplazamientos, la política y la economía volvieron a tomar la delantera en la composición temática de las agendas, en clave polarizada. Así, el “cierre de la grieta” que se vaticinaba con los primeros casos mostró con el tiempo que los “desacuerdos sociales políticamente binarizados” en nuestro país (en términos de María Esperanza Casullo e Ignacio Ramírez en *Polarizados*) son aún más persistentes –y consistentes– en el tiempo. La polarización vuelve a aparecer, entonces, como una clave interpretativa fundamental para entender, incluso, uno de los sucesos sanitarios más relevantes que nos ha tocado experimentar en la historia reciente.

En el período de irrupción, el encuadre predominante en las coberturas mediáticas sobre la pandemia fue el de interés humano.



por **SILVANA IOVANNA CAISSÓN**. *Licenciada y profesora en Cs. de la Comunicación (UBA), Especialista en Gestión Social (UNCuyo), Becaria doctoral de CONICET por la UNSJ - Gabinete de Estudios e Investigación en Comunicación (GEICOM).*

LOS MEDIOS COMUNITARIOS DE LA ARGENTINA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19: BUENAS PRÁCTICAS, EXPERIENCIAS Y EL VÍNCULO CON LAS POLÍTICAS DE ESTADO

EL ARTÍCULO RECUPERA PRÁCTICAS Y EXPERIENCIAS DE MEDIOS AUDIOVISUALES COMUNITARIOS DE LA ARGENTINA QUE DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 PROFUNDIZARON SU ROL SOCIOCOMUNITARIO Y COLABORARON CON BUENAS PRÁCTICAS INFORMATIVAS A FIN DE HABILITAR EL EJERCICIO DE OTROS DERECHOS CIUDADANOS A TRAVÉS DE ELLOS.

Introducción

Durante la pandemia de Covid-19 en la Argentina los servicios de telecomunicaciones y comunicación audiovisual fueron declarados como esenciales y garantizaron sus prestaciones aun durante el aislamiento más estricto establecido por el decreto de necesidad y urgencia N° 297/2020. Eso se debió a que el ejercicio del derecho a la información y a la comunicación es considerado habilitante de otros derechos como la salud, educación, cultura, recreación, asistencia social, entre otros. Dar a conocer estos derechos permite a la ciudadanía defenderlos, así como acercar información sobre ellos vehiculiza su acceso.

Durante los primeros meses de la pandemia, el consumo de los medios tradicionales, digitales y de redes sociales aumentó notablemente en el país (Espada, 2020). Sin embargo, no todos los medios jugaron un rol responsable en relación a difusión de información sobre la situación sanitaria y epidemiológica, acceso a beneficios sociales e impositivos, vacunación y asistencia y acompañamiento social. Como alertaron organismos internacionales y nacionales, fenómenos como la *infodemia*, la polarización y la desinformación generaron procesos que no colaboran con la gestión de la pandemia y el ejercicio de los derechos ciudadanos (Segura, 2020). Es por ello que consideramos importante recuperar aquellas prácticas y experiencias de medios audiovisuales sin fines de lucro comunitarios, alternativos y populares que garantizaron la continuidad de sus servicios priorizando la pluralidad de discursos y la democracia informativa en este contexto.

En el marco de la situación epidemiológica que se vivía, se abordaron otros temas como la violencia institucional y el abuso policial (centrado en las detenciones arbitrarias durante el aislamiento más estricto), el empeoramiento de la situación laboral y económica y el trabajo solidario.

Buenas prácticas y experiencias

En la Argentina, desde hace casi cuarenta años se desarrolla un amplio sector de medios comunitarios, los cuales fueron reconocidos como sujetos de derecho a la comunicación recién en el año 2009 con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522. Muchos de estos medios están nucleados en redes nacionales como la Federación Argentina de Radios Comunitarias (FARCO), la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC-Argentina), la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) y la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA). Además de ser entidades sin fines de lucro, estos medios se caracterizan por llevar adelante proyectos político-comunicacionales que tienen como eje central construir una sociedad más justa e igualitaria, se posicionan como “expresión del conflicto”, dan lugar a las luchas sociales y disputan el ejercicio del poder a través de la palabra (Mata, 2011). Sin embargo, en un sistema de medios cada vez más concentrado y convergente (Mastrini G. y Becerra, M., 2017), continúan ocupando un lugar desigual frente a las corporaciones mediáticas.

El contexto de pandemia por Covid-19 visibilizó este rol histórico debido a las propuestas periodísticas y sociocomunitarias que llevaron adelante. Con mayor o menor dificultad en la sostenibilidad de sus proyectos, estos medios continuaron transmitiendo y ofreciendo programación local y nacional, así como noticias que visibilizaron relatos que en los medios hegemónicos no tenían lugar. Como estrategia de producción novedosa, recuperamos la rápida incorporación y uso de tecnologías y plataformas existentes que, al igual que en los ámbitos laborales y cotidianos, permitieron el sostenimiento de las actividades sociales. Frente a la imposibilidad de la circulación social, implementaron el uso de llamadas grupales vía WhatsApp o mediante las aplicaciones de videollamada para la realización de programas de radio o televisión. Incluso se las usó para ampliar las coberturas mediáticas entre provincias y países. Giramundo TV, un canal comunitario ubicado en el departamento de Guaymallén, Mendoza, por ejemplo, aumentó notablemente su producción periodística y publicó entrevistas a funcionarios públicos de ministerios nacionales, así como videos realizados con celular por profesionales de la salud, ciudadanos y ciudadanas de Brasil, Alemania, Estados Unidos, España, y miembros de organizaciones sociales locales que cumplían actividades esenciales como el sostenimiento

de comedores comunitarios o la producción de materiales sanitarios (Giramundo TV, 2020). Tanto en medios comerciales, públicos como comunitarios estas prácticas instalaron nuevos formatos y lenguajes, así como una acelerada reutilización de las mismas producciones en distintos soportes. Una estrategia que puede ser considerada como trabajo colaborativo entre medios no lucrativos a fin de potenciar discursos y masificar su llegada. En cuanto a las temáticas y al tratamiento informativo, acordamos con Zunino y Arcangeletti Yacante (2020) que, en tanto evento crítico, la pandemia modificó las agendas de los principales medios *online* del país y los medios comunitarios no escaparon a ello. No obstante, su abordaje se realizó evitando el sensacionalismo, por fuera de las estéticas que colaboran con el nerviosismo y el pánico, lo que genera sobrecarga informativa (Segura, 2020). Una de las prácticas que permitieron lograrlo fue la consulta permanente a fuentes oficiales institucionales, científicas y profesionales sin poner en duda la información y facilitando su acceso referenciando las fuentes, contactos y sitios de consulta disponibles. Asimismo, la puesta al aire de diversas voces y miradas permitió conocer vivencias de las personas cercanas al medio sin necesariamente hacer de casos particulares generalidades, a modo de recuperar lazos y tramas sociales y ejercitar la comunicación desde el lugar de las políticas del reconocimiento (Barbero, 2016). En ese sentido, en el marco de la situación epidemiológica que se vivía, se abordaron otros temas como la violencia institucional y el abuso policial (centrado en las detenciones arbitrarias durante el aislamiento más estricto), el empeoramiento de la situación laboral y económica y el trabajo solidario que las organizaciones sociocomunitarias, comedores comunitarios, centros vecinales, empresas recuperadas y cooperativas realizaron en las zonas más vulnerabilizadas del país en torno al sostenimiento social, económico y afectivo (Lamas, 2020).

Además de la producción y difusión de contenidos, los medios comunitarios funcionaron como herramienta para el acceso al derecho a la cultura proponiendo espacios de entretenimiento y distensión a través de programas de música, magazines, series y cine independiente. En el mismo sentido, colaboraron con el acceso al derecho a la educación a través de un acuerdo con el Ministerio de Educación para la emisión abierta y gratuita en todo el país de los programas Seguimos Educando, que acompañaban el dictado de clases en aislamiento trabajando contenidos básicos educativos en formato radial y televisivo. Sin pedir nada a cambio,



los medios populares pusieron a disposición sus herramientas, espacios y tiempo de aire para que los contenidos educativos llegaran a todas las familias. Asimismo, estrecharon vínculos con instituciones escolares locales para que estudiantes y docentes pudieran difundir programas y contenidos que producían de manera colectiva desde sus casas en el marco de los diversos espacios curriculares. Hubo programas, microprogramas, podcast, salidas en vivo, entrevistas y hasta clases por la radio, sobre todo, en las zonas rurales. En muchos casos, también, radios y televisoras prestaron su servicio de internet para que estudiantes pudieran comunicarse y realizar sus tareas.

Recuperamos también la apertura de los medios para la realización de proyectos cuyo funcionamiento se vio modificado por el aislamiento social más estricto. Un ejemplo de ello fue el trabajo que realizó Radio La Montonera FM 102.9 de la Asociación Civil Quillay, ubicada en el departamento de Jáchal, provincia de San Juan, una de las zonas con mayor

actividad megaminera del país y donde la asociación trabaja para la promoción del desarrollo rural con comunidades locales, principalmente mujeres. En el año 2020, la organización accedió a un proyecto del Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de la Nación para la promoción de derechos en grupos de mujeres en situación de violencia a través de acciones de comunicación interna y externa y talleres de capacitación. Frente a la imposibilidad de reunión presencial, la radio habilitó un espacio de intercambio de producciones radiales de estas mujeres y reforzó los talleres con la difusión de cartillas que distribuyeron a través del medio para profundizar el trabajo de contención y apoyo a la comunidad (Mallea, 2022).

Respecto del trabajo territorial, se registró una apuesta al trabajo de comedores y merenderos comunitarios, desde donde se amplió la asistencia alimentaria debido a que la pandemia empeoró la situación económica argentina por tercer año consecutivo (CEPAL, 2020). De acuerdo con los datos arrojados

Los medios populares pusieron a disposición sus herramientas, espacios y tiempo de aire para que los contenidos educativos llegaran a todas las familias.

por el proyecto “Territorios en Acción: Las organizaciones sociales hacen frente a la pandemia” (Observatorio del Conurbano de la Universidad Nacional General Sarmiento, el Programa de OSC de la FLACSO Argentina y el CEUR/ CONICET, 2021), el 30,5% de los proyectos culturales, deportivos y de comunicación relevados del país dedicó parte de su tiempo a la asistencia alimentaria en el período de emergencia sanitaria. Por último, aunque no menos relevante, queremos mencionar el impacto del aislamiento y la pandemia en las formas organizativas de los medios comunitarios. De carácter autogestivo, muchos de ellos se sostienen gracias a la participación de un grupo de personas que no solo continuó sosteniendo la programación, relaciones institucionales y organizacionales, sino también tuvo que generar estrategias de gestión y contención social para sí mismas. Esto constituyó uno de los desafíos más grandes como grupo humano en términos vinculares en un contexto mundial crítico.

Políticas de Estado

¿Qué políticas de Estado acompañaron el accionar de los medios comunitarios en este contexto? El lugar que históricamente tuvo el sector no lucrativo entre las políticas de comunicación no se subsanó durante la pandemia pese a todo el trabajo que en el apartado anterior describimos. Una de las políticas específicas destinadas al sector son los Fondos de Fomento Concursables establecidos por el artículo 97 de la Ley SCA, los cuales tuvieron un impacto relevante en la sostenibilidad de estos medios en los últimos años. Si bien se garantizó su continuidad, durante el 2020 hubo retraso en los pagos y en los llamados a nuevos concursos, lo que implica un desfinanciamiento para el sector.

Por otro lado, la sanción de la Resolución 4 del 3 de marzo de 2020 de la Secretaría de Medios y Comunicación Pública perteneciente a la Jefatura de Gabinete de Ministros representó una acción innovadora –si así la podemos llamar– para

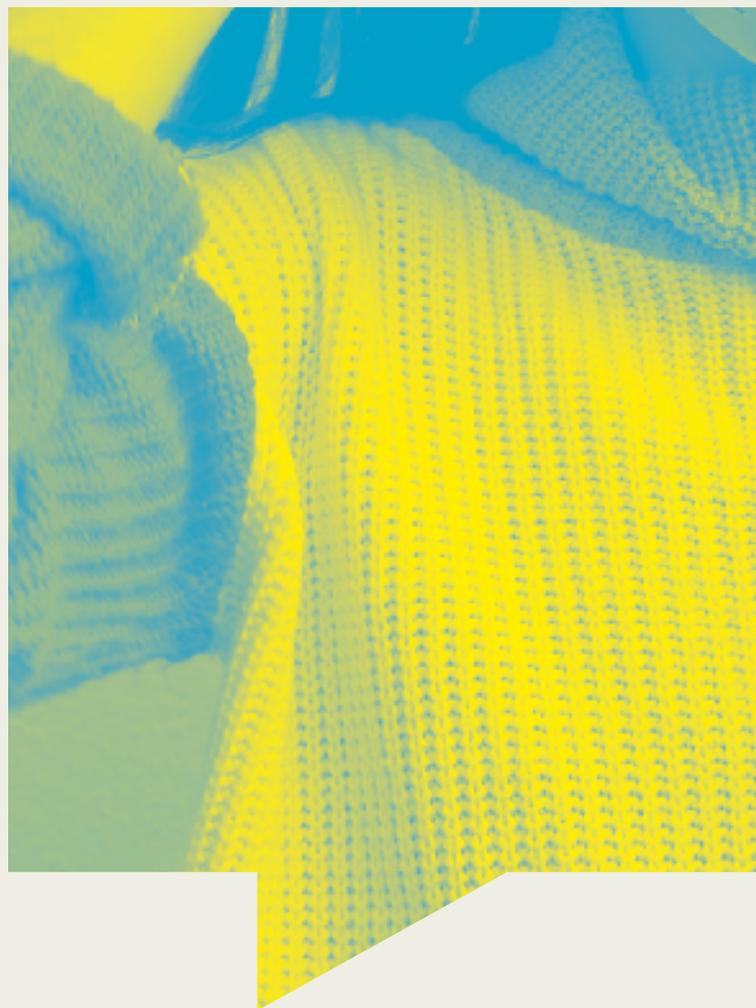
muchos medios populares respecto de la pauta oficial. Esta normativa estableció modificaciones en los procedimientos de contratación de publicidad institucional, incluyendo a los medios operativos sin licencia de transmisión y a los medios digitales. Hasta dicho momento, solo podían acceder a la pauta oficial aquellos medios que tenían licencia de transmisión, lo cual no incluía a todo el universo de medios operativos, puesto que desde la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y posteriormente el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom), nunca se elaboró un plan técnico que reorganice el espectro radioeléctrico y regule la situación legal de los medios. Es decir, con dicha resolución, el Estado amplió su capacidad de hacer llegar las comunicaciones oficiales a todo el territorio nacional a través de los distintos actores del sistema de medios.

Aunque esta política fue parte de una promesa de campaña del Frente de Todos a fines de 2019, se implementó justo en el inicio de la pandemia, lo que trajo alivio económico a muchos medios comunitarios que nunca habían podido acceder a dicho financiamiento. Además, en lo concreto, para muchos medios sin fin de lucro comunitarios, esto representó una especie de reconocimiento al rol sociocomunitario que ocupan y la posibilidad de contar con un ingreso mensual para afrontar gastos de mantenimiento edilicio y producción de contenidos. Sin embargo, la distribución de la pauta publicitaria oficial continúa siendo desigual entre medios públicos, privados lucrativos y sin fines de lucro. De acuerdo a lo publicado por la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios (Radio Gráfica, 2022), entre 25 grupos mediáticos del país se reparten el 68% del presupuesto destinado a la publicidad oficial. Además, la diferencia entre lo que percibe un medio comunitario y uno lucrativo perteneciente a una empresa de telecomunicaciones o a un multimedio llega a ser cinco millones de veces mayor en un mes. La diferencia es abismal y provoca mayor desigualdad en el ejercicio del derecho a la comunicación plural y diversa. Es por ello que desde las redes de medios populares y cooperativos se está promoviendo la necesidad de sancionar una ley de pauta oficial nacional a fin de garantizar un sistema de medios más democrático.

Por otro lado, desde la misma secretaría se abrió una línea de subsidios denominados SUMAR para medios de gestión social que apuntaron a atender algunas demandas del sector como el aumento de los servicios, la compra de equipamiento y la capacitación en comunicación popular y nuevas tecnologías. Como estudiaron Iovanna Caissón, Estrella y Navarro Nicoletti (2022), estas líneas de financiamiento fueron focalizadas y solo tuvieron una única edición. Frente al cambio de gestión en el organismo, la política quedó sin efecto.

Aportes

En este breve apartado hemos recuperado algunas prácticas y experiencias de un sector de medios que se desarrolla en nuestro país hace más de cuarenta años. Su rol es fundamental en las comunidades y, en situaciones de conflicto o eventos críticos como lo fue la pandemia de Covid-19, esto se pone de manifiesto a través de su accionar solidario y cooperativo, que recupera otro sentido de la comunicación posible: social, comunitario, dialógico, que excede a las tecnologías, que nos permite decir e intervenir como ciudadanos (Barbero, 2016). La puesta en circulación de información confiable en dichos momentos colaboró con los distintos gobiernos en la gestión de la pandemia y con la ciudadanía para garantizar el acceso y ejercicio de otros derechos. No es menor la apuesta y, pese a las recientes políticas de gobierno, la disputa de los medios audiovisuales comunitarios por sobrevivir en el sistema infocomunicacional argentino exige más regulaciones que democratizen las comunicaciones. Esto también debe seguir siendo un tema de agenda.



Referencias bibliográficas

CEPAL. (2020). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46501/4/BP2020_Argentina_es.pdf

Espada, A. (24 de marzo de 2020). "Medios en cuarentena". *Letra P*. Obtenido de <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-3-24-14-50-0-medios-en-cuarentena>

Giramundo TV (marzo-julio de 2020). GiraMundo TV. Obtenido de https://www.youtube.com/channel/UCu7NHmqLv2SlwcbB_NWMPJA

Iovanna Caissón, S., Estrella, M. B. y Navarro Nicoletti, F. (2022). "Políticas Públicas de Comunicación para medios comunitarios de Argentina (2020-2021): propuestas, transiciones y transformaciones". *En prensa*.

Lamas, E. (octubre de 2020). *Medios comunitarios en tiempos de pandemia. Nueva normalidad, otra comunicación*. Análisis. Fundación Friedrich Ebert. Obtenido de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/argentinien/16626.pdf>

Mallea, R.M. (10 de abril de 2022). Entrevista a Reina Mari Mallea, presidenta de la Asociación Civil Quillay para la Promoción del Desarrollo Rural, departamento de Jáchal, San Juan. (S. Iovanna Caissón, entrevistador).

Martín Barbero, J. (2016). "Cuando lo que importa es la comunicación que construye la gente". En S. Massoni, *Avatares del comunicador complejo y fluido* (págs. 11-16). Quito: Ediciones Ciespal.

Mastrini G. y Becerra, M. (2017). *Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

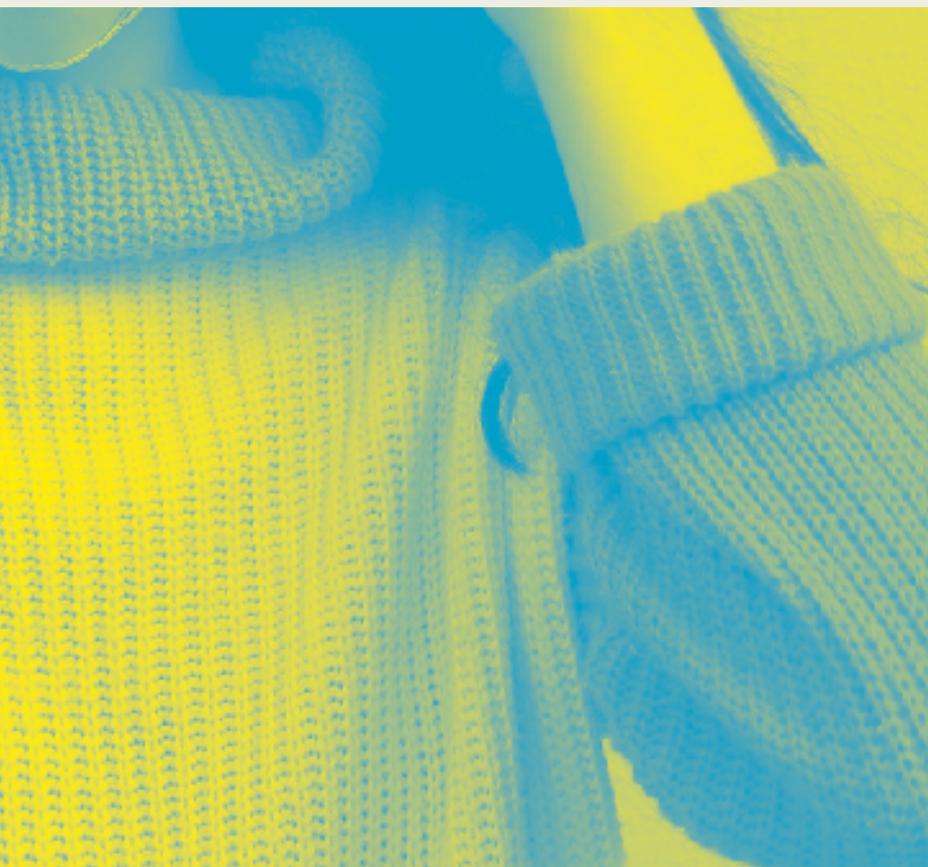
Mata, M. (2011). "Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos". *Revista Oficios Terrestres*, 1(26), 1-22. Obtenido de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>

Observatorio del Conurbano de la Universidad Nacional General Sarmiento, el Programa de OSC de la FLACSO Argentina y el CEUR / CONICET. (2021). *Territorios en acción: Las organizaciones sociales hacen frente a la pandemia*. Obtenido de <http://xn-territoriosenaccion-61b.org/>

Radio Gráfica. (25 de abril de 2022). *Radio Gráfica*. Obtenido de <https://radiografica.org.ar/2022/04/25/medios-comunitarios-y-cooperativos-hicieron-un-fuerte-reclamo-por-la-distribucion-de-la-pauta-publicitaria/>

Segura, M.S. (marzo de 2020). Con alerta pero sin pánico. El rol de los medios en la pandemia. *Revista de la Facultad de Ciencias Médicas de Córdoba*, 77(1), 55-58. doi:<https://doi.org/10.31053/1853.0605.v77.n1.28066>

Zunino, E. y Arcangeletti Yacante, A. (julio-diciembre de 2020). "La cobertura mediática de la Covid-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios online del país". (U.N. Sarmiento, Ed.) *Prácticas de oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales*, 49-66. Obtenido de <http://revistas.uns.edu.ar/index.php/po/article/view/31/31>





EL AUTOR ABORDA EN SU TRABAJO LA SITUACIÓN QUE ATRAVESÓ MÉXICO DURANTE EL MOMENTO MÁS GRAVE DE LA PANDEMIA Y LUEGO DEL DESCENSO DE CASOS DE PERSONAS ENFERMAS POR COVID-19.

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS PROCESOS MEDIÁTICOS EN MÉXICO

por **ÁNGEL MANUEL ORTIZ MARÍN**. *Profesor-investigador adscrito a la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), México. Posdoctorado por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Doctor por la Universidad de La Habana; Magíster por la UABC y Licenciado en la UNAM.*





Introducción

Referir la complejidad que la humanidad enfrentó producto del embate de la pandemia provocada por el virus Covid-19 implica un ejercicio monumental de síntesis y exposición de sucesos, dada la inmensidad de los espacios en los cuales la pandemia afectó el comportamiento de los seres humanos en el mundo. En este breve texto me propongo, en primer término, relatar a grandes trazos lo ocurrido por la pandemia en diferentes países a fin de contextualizar los acontecimientos, pero focalizado en México a fin de identificar las acciones de salud pública realizadas por diversos actores; articuladas con el rol de los procesos socio-comunicacionales, que afectaron el comportamiento de las mexicanas y los mexicanos y por supuesto, el papel que las instituciones gubernamentales asumieron en el 2020 y 2021, período de mayor impacto de la pandemia.

El contexto

Iniciemos con el recuento de algunos de los sucesos más significativos. Habrá que recordar tres importantes acontecimientos que conmovieron a la sociedad mexicana en el 2020. En enero de ese año, de China nos llegó la noticia de una enfermedad muy parecida a la gripa, que afectaba a la población, pero mucho más mortal.

Después, la palabra coronavirus y más comúnmente Covid-19 se incorporó a nuestro léxico para ser parte de él (de un forma que nunca pensamos que prevaleciera hasta la fecha), pues ha ocasionado hasta este momento 460 millones de personas contagiadas y más de seis millones de muertes en el mundo; de las cuales 315.000 corresponden a mexicanas y mexicanos (<https://coronavirus.jhu.edu/map.html>).

En tercer lugar, el enorme esfuerzo de la ciencia médica por generar las vacunas para paliar el efecto del Covid-19, con lo cual se pretendió evitar tantas muertes como a la fecha han ocurrido en la mayor parte de los países del mundo. Afortunadamente en este 2022 se espera que buena parte de los habitantes del

Desde el 22 de enero del 2020, el subsecretario de la Secretaría de Salud del gobierno federal, junto con diversos funcionarios del sector salud, informaban diariamente por las tardes a la sociedad mexicana de las distintas acciones preventivas ante la pandemia.



planeta ya estén vacunados, en particular el personal médico y las personas más vulnerables; sin embargo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) advierte que, si bien las vacunas son una luz de esperanza, todavía es prematuro hablar del fin de la pandemia.

Al respecto, el portal de la Universidad Johns Hopkins indica que hay más de 4.820 millones de personas vacunadas en el mundo, y en México, un total de 79 millones de personas ya cuentan con la cobertura completa (<https://coronavirus.jhu.edu/vaccines/international>), colocándonos en el séptimo lugar a nivel mundial, lo cual representa un 62 por ciento de la población mexicana, que actualmente se estima en 128 millones.

El otro efecto provocado por la enormidad del alcance de la pandemia fue la mengua en el rango de esperanza de vida de la humanidad, la cual disminuyó de forma asimétrica según las condiciones de salud de cada país y factores socioeconómicos y culturales de sus habitantes. De ahí que la población de Europa tenga una mayor esperanza de vida, así lo indica el reporte Esperanza de Vida en 2021 por continente y género que publicó

el portal <https://www.statista.com/statistics/236583/global-life-expectancy-by-country/>. Dentro de esta condición mundial, son las mujeres las que tienen, en promedio, una esperanza de vida más alta que los hombres; en particular, las mujeres europeas tienen seis años más de vida que los hombres en ese continente (81 por 75 años, respectivamente). Para Latinoamérica, la proporción es 79 por 73 entre mujeres y hombres o Asia, con 76 por 72, respectivamente.

Estos datos estadísticos muestran las grandes asimetrías en el mundo, lo cual indica que factores como la pandemia afectaron dramáticamente la posibilidad de que sus habitantes puedan gozar de una mayor esperanza de vida.

En cuanto a México, al 2020 la esperanza de vida fue de 75,23 ([Esperanza de vida en México 2020 | Statista](#)) y por supuesto que no está en los primeros lugares de las naciones con mayor rango; este indicador es un factor relevante para el desarrollo del país y por mejorar en los años venideros con una mayor y mejor distribución económica y de servicios de salud entre la población.

Covid-19

La afectación que causó la pandemia a la humanidad a partir de 2020 impactó, y aún lo hace, diversos ámbitos como la economía, la educación, las finanzas mundiales, el turismo, la movilidad, la cultura, el entretenimiento y la salud, entre otros.

Ahora bien, en términos de grupos humanos, uno de los que más resintió los efectos de la pandemia fueron los jóvenes, de ahí que la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la ONU divulgaron un estudio denominado Encuesta de las Naciones Unidas sobre las Juventudes de América Latina y el Caribe dentro del contexto de la pandemia del Covid-19, en el cual encuestaron a 7.751 jóvenes de 15 a 29 años de 39 países de Sudamérica, Centroamérica, el Caribe y México (<https://www.cepal.org/es/publicaciones/46990-encuesta-naciones-unidas-juventudes-america-latina-caribe-dentro-contexto-la>).

Subrayo algunos datos, como el que dos tercios de la población encuestada indicaron tener una opinión regular o negativa de las respuestas del Estado frente a la pandemia. Un dato alarmante fue que ocho de cada diez jóvenes no fueron beneficiados por un programa gubernamental para aliviar sus condiciones socioeducativas. Por otra parte, el 16 por ciento de los encuestados perdió su trabajo, fue suspendido temporalmente o reducida su jornada laboral.

En cuanto a la educación, nueve de cada diez estudiantes continuaron sus actividades educativas durante la pandemia; sin embargo, el 47 por ciento de quienes estudiaron consideró que las clases en línea han sido exigentes; en relación al acceso a la tecnología, el 61 por ciento de los encuestados indicó tener una computadora, pero en las zonas rurales esta condición se agrava, pues el 28 por ciento no tiene acceso a este equipo.

En cuanto a salud, el 52 por ciento de los jóvenes indicó haber experimentado estrés; de ahí que uno de los servicios que más les gustaría recibir es el apoyo psicológico. Lo lamentable de ello fue el temor a ser discriminado al asistir a un servicio de salud (6,8 por ciento).

Lo significativo del informe es que, por primera vez, se tienen datos numéricos sobre cómo una población tan importante para Latinoamérica sufrió el efecto de la pandemia y las condiciones en las cuales pudo sobrellevarla, por supuesto, con las diferencias de género, clase social y contexto urbano o rural. Y finalizo este apartado con uno de los varios hallazgos de esta encuesta. La mayor preocupación de este grupo etario fue la situación financiera, la pérdida de familiares y amigos y la inestabilidad laboral y de estudios.

México y el efecto de la pandemia

Este apartado se divide en varios rubros, los cuales considero significativos para comprender las condiciones en las que la pandemia afectó las relaciones socioculturales y educativas de la sociedad mexicana y las condiciones en las cuales las instituciones gubernamentales respondieron al impacto del Covid-19.

Niñez y Covid-19

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) publicó su Informe Anual del 2020, denominado “La respuesta a la Covid-19” (<https://www.unicef.org/es/temas/informe-anual>), y por supuesto la temática fue la forma en que la crisis provocada por la pandemia impactó a la niñez en el mundo. Si bien se constató que los niños fueron los menos afectados en su salud por el virus, sí lo fueron en otros rubros como: el cierre de escuelas, la enfermedad de sus padres, el distanciamiento con sus amigos, el impedimento de ingreso a los espacios lúdicos, las dificultades de acceso a los servicios de salud y protección en su vida cotidiana.

Este mismo informe tiene un apartado por país, el Informe Anual México 2020 (<https://www.unicef.org/mexico/informe-anual-2020>), el cual refiere cómo este organismo internacional apoyó uno de los problemas más graves de la niñez mexicana que es la desnutrición. Y reportó que 37.000 familias de los estados de Baja California, Estado de México, Oaxaca, Quintana Roo y Tabasco recibieron canastas de alimentos a través de UNICEF-México como parte de las acciones del proyecto Respuesta Covid-19 a nivel mundial. Además, la UNICEF colaboró con la Secretaría de Educación Pública (SEP) para el desarrollo de la Política Nacional de Educación Inicial que permitió fortalecer las habilidades profesionales de los educadores de este nivel educativo que atiende a la niñez de cero a tres años en México. La labor de la UNICEF representa una importante acción en favor de la niñez del mundo, sobre todo en la generación de políticas públicas, apoyo a países subdesarrollados y en especial en favorecer un desarrollo de la niñez integral. Reconocer que la pandemia agravó las de por sí desiguales condiciones en las que vive gran parte de la niñez en México y que, gracias a organismos como UNICEF, tiene esperanzas de una mejoría en sus condiciones de bienestar.

Impacto del Covid-19 en la educación en México

El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información 2021 (INEGI) difundió los resultados de la Encuesta para la Me-

dición del Impacto Covid-19 en la Educación (Encovid-ED). Esta encuesta investigó las condiciones en que el alumnado concluyó el ciclo escolar 2019- 2020, con qué medios educativos enfrentó el 2020-2021 y cómo se apoyó el aprendizaje desde casa; particularmente es importante este estudio pues refleja el impacto del Covid-19 después de dos años de haberse cerrado los planteles escolares de todos los niveles educativos.

Uno de los resultados significativos relacionados con las tecnologías de información y comunicación (TIC) muestra que la población, de entre tres y 29 años, utilizó el 65,7 por ciento el teléfono inteligente, seguido de la computadora portátil con 18,2 por ciento y en último lugar la tablet con 3,6 por ciento, como dispositivos tecnológicos para cumplir con las actividades escolares (https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/ecovid/2020/doc/ecovid_ed_2020_presentacion_resultados.pdf). En ese sentido, en el ciclo escolar 2020-2021 fue el celular inteligente el de mayor uso en primaria, secundaria y bachillerato, con 72, 70,7 y 58,8 por ciento, respectivamente; pero a nivel superior fue la computadora portátil, con el 52,4 por ciento, la más utilizada.

Otro de los aspectos a destacar fue la iniciativa en educación del gobierno de México al elaborar programas por televisión para impartir clases; pues bien, el resultado de la Encovid-ED fue que, en primaria, obtuvo una atención de 8,8 por ciento; en secundaria fue de 2,3 por ciento y en preparatoria apenas un 0,2 por ciento. De tal forma que la programación destinada a la niñez llamada Aprende en casa por TV fue más utilizada en la primaria y en menor proporción en secundaria. Es probable que, dado que la encuesta fue telefónica, no haya considerado a la población de las zonas marginadas y rurales.

De las preguntas sobre cuánta población escolar terminó el ciclo 2019-2020, el dato es favorable según la Encovid-ED, pues en primaria el 98,9 por ciento lo concluyó; en secundaria, el 96,8 por ciento; en preparatoria, el 96,6 por ciento y en la educación superior fue el 97,5 por ciento. Lo cierto es que realmente el ciclo escolar pasado suspendió clases en marzo del 2020 y faltaban unos tres meses para concluirlo.

Ahora bien, del ciclo escolar 2020-2021, hubo inscritos 32,9 millones de estudiantes en todos los niveles educativos, de los cuales 1,8 millón no se inscribieron en relación al anterior ciclo escolar, de los cuales el mayor porcentaje (26,6 por ciento) indicó que no se inscribió porque considera que las clases a distancia son poco funcionales para el aprendizaje, seguido del 25,3 por ciento, cuya razón fue que sus padres o tutores se quedaron

sin empleo o el lugar en que trabajaban cerró.

Varios de los datos de la Encovid-ED confirman las dificultades que el alumnado mexicano enfrentó para mejorar su educación y que difícilmente serán superadas a corto plazo; sin embargo, finalizo este apartado con esta cifra, el 56,4 por ciento de la población encuestada considera que las clases a distancia no ponen en riesgo la salud de sus hijos, pero el 58,3 por ciento considera que no se aprende o se aprende menos que con las clases presenciales.



El gobierno de México produjo un programa de televisión llamado Aprende en Casa por TV, como una iniciativa de la SEP para continuar con las clases escolares durante las diferentes etapas de la pandemia del Covid-19.

Representaciones mediáticas producto de la pandemia

Para finalizar, refiero dos acciones gubernamentales promovidas por las autoridades de los sectores de salud y educación; la primera, encaminada a informar sobre el desarrollo de la pandemia, y en el otro caso, promover acciones educativas utilizando para ello los medios de comunicación electrónicos y digitales. El primero de ellos, y no menor, fue que desde el 22 de enero del 2020 el subsecretario de la Secretaría de Salud del gobierno federal, junto con diversos funcionarios del sector salud, informaban diariamente por las tardes a la sociedad mexicana de las distintas acciones preventivas ante la pandemia. A través de ellas se orientó acerca de las medidas que se recomendaban a la ciudadanía para evitar enfermarse del Covid-19. Se exponían los datos estadísticos del avance de los contagios y los fallecimientos y también de las recomendaciones de la OMS acerca de lo conducente para los gobiernos de cada nación. Este ejercicio diario de comunicación gubernamental (de 19 a 21 horas) se prolongó por año y medio y finalizó el 11 de junio del 2021, cuando la pandemia disminuyó su contagio. Dichas conferencias vespertinas, con la presencia de representantes de los medios de comunicación

Si bien grandes núcleos de población han sido informados por diferentes autoridades políticas, de salud, educativas, científicas y hasta personajes de los espectáculos y del deporte sobre el beneficio de vacunarse, lo cierto es que hay grupos de diferentes dimensiones que se resisten a ello.

mexicanos, fueron transmitidas por varios canales de televisión gubernamentales (Canal 11 de Instituto Politécnico Nacional-IPN y el Canal 22 de corte cultural) y sus mensajes eran compartidos en los canales de televisión de estaciones privadas, en la radio, la prensa y por supuesto, las redes sociodigitales.

El otro ejercicio mediático se orientó hacia lo educativo. El gobierno de México produjo un programa de televisión llamado Aprende en Casa por TV, como una iniciativa de la SEP para continuar con las clases escolares durante las diferentes etapas de la pandemia del Covid-19.

La UNESCO se pronunció favorablemente respecto de estas iniciativas, dadas las condiciones educativas de muchos países –unos 826 millones de alumnos permanecieron fuera de las aulas, de febrero a la julio del 2020, al no tener acceso a una computadora en casa–, y la necesidad de evitar que los escolares asistieran presencialmente a clases por la pandemia, con lo cual se recomendó la utilización de medios de comunicación como la televisión y la radio como una alternativa cuando el aprendizaje en línea no era posible (<https://es.unesco.org/news/aprendizaje-conducto-radio-y-television-tiempos-del-covid-19>).

Esta serie de programas, algunos en vivo y otros grabados, iniciaron el 23 de marzo de 2020 y finalizaron el 9 de julio de 2021, con lecciones escolares para la educación inicial, preescolar, primaria, secundaria y bachillerato, según los planes de estudio de cada nivel educativo. Ciertamente estos programas al principio eran muy básicos, pero paulatinamente mejoró la producción hasta tener verdaderas lecciones educativas por materia, que duraban media hora cada una. A este tipo de contenidos se agregaron videoclases por Google Classroom y Google Meet y se enriquecían con videos de contenido histórico, cultural o educativo. La programación fue de lunes a viernes de 9 a 12 e incluso con lecciones de inglés y actividades de ejercicios corporales básicos. A ello se agregó para las comunidades rurales (en las cuales es difícil la recepción de la señal televisiva) la transmisión de programas por la radio pública y adicionalmente se utilizaron las redes sociodigitales para diversificar la cobertura de los mensajes y la programación educativa. En este esfuerzo se integró tanto la televisión pública como canales y empresas periodísticas de universidades como la UNAM y el IPN y el particular, el Canal 5 propiedad de Televisa y el Canal 7 de TV Azteca, ambos de empresas privadas.

Reflexiones

A dos años y meses de que la pandemia generó en México decisiones drásticas de salud pública, como fue el confinamiento, para posteriormente pasar a la etapa de vacunación a partir de diciembre del 2020, que hasta la fecha se continúa con distintos tipos de vacunas, el escenario aún es de incertidumbre. Si bien grandes núcleos de población han sido informados por diferentes autoridades políticas, de salud, educativas, científicas y hasta personajes de los espectáculos y del deporte sobre el beneficio de vacunarse, lo cierto es que hay grupos de diferentes dimensiones que se resisten a ello y se han manifestado, como en otros países, en contra de ser inmunizados contra el Covid-19.

La humanidad en general pareciera que ha pasado a otros temas, en este momento la guerra entre Rusia y Ucrania ocupa la atención, en particular en Europa. Y la pandemia da la impresión de que pasó a segundo o tercer término. Lo cierto es que la OMS continúa alertando a la población mundial de que hay que continuar con las precauciones y cuidados básicos, es decir, la pandemia continúa, ya no con tanta fuerza pero sí está latente el peligro de nuevos brotes.

La sociedad mexicana fue sacudida hasta sus cimientos en temas que hasta hace poco nadie ponía atención, como la necesidad de cuidar la salud y mantener un cuerpo sano. Desafortunadamente México es un país con un alto porcentaje de personas obesas, con diabetes e hipertensión, lo cual cobró muchas vidas (somos el quinto país con más muertes por el Covid-19) producto de las comorbilidades de mexicanas y mexicanos (<https://es.statista.com/estadisticas/1095779/numero-de-muertes-causadas-por-el-coronavirus-de-wuhan-por-pais/>).

La gran lección para México es que hay que invertir en salud pública y en educación para prepararnos para futuras pandemias, pues si bien parece que esta puede superarse gracias a las vacunas existentes, lo cierto es que nada es seguro, y puede llegar a México una amenaza de un nuevo virus desde otros países, dada la globalización y la movilidad humana.

Espero que estas reflexiones compartidas con ustedes reflejen de manera muy general lo ocurrido en México y la posibilidad de alejarnos de la incertidumbre y acercarnos más la esperanza como humanidad del fin de la pandemia en tiempos de Covid-19.



POR SILVIO WAISBORD. *Licenciado en Sociología en la Universidad de Buenos Aires. Doctor en Sociología por la Universidad de California, San Diego y Profesor en la Escuela de Medios y Asuntos Públicos en George Washington University, Estados Unidos.*

EL ARTÍCULO ANALIZA LOS PROCESOS DE DESINFORMACIÓN EN DISTINTAS REGIONES DEL CONTINENTE AMERICANO, CON ESPECIAL ÉNFASIS EN EL CASO DE ESTADOS UNIDOS Y SU RELACIÓN CON LA VACUNACIÓN MASIVA A RAÍZ DE LA PANDEMIA.

¿CUÁNDO LA DESINFORMACIÓN SE CONVIERTE EN PROBLEMA POLÍTICO?

SAY NO!!!
MANDATORY
VACCINATION
5G!!!

WASCTST
LUCK

La pandemia del Covid encontró al mundo con nuevas formas y flujos de desinformación, producto de las posibilidades de las tecnologías digitales y tendencias políticas contemporáneas –la polarización partidaria/ideológica, la desconfianza hacia elites políticas y tecnocráticas (incluidas las instituciones de salud y medicina) y el fortalecimiento de populismos de derecha que acarrean elementos irracionales, conspirativos y antidemocráticos–. Esta confluencia forma una “tormenta perfecta” que complejiza la “infodemia” (Waisbord 2022) y dificulta considerablemente la resolución de la pandemia, más allá de factores propiamente epidemiológicos y las vicisitudes impredecibles de la evolución del virus Covid-19.

Con razón justificada, nos hemos pasado más de dos años tratando de entender la desinformación dentro de la pandemia y analizar sus efectos (nocivos). Un volumen considerable de estudios ofrece varias pistas para entender este fenómeno que refleja tendencias amplias sobre la desinformación como problema importante en la sociedad digital (Galhardi et al 2020; Grimes 2021; Lin et al 2021).

Valga aclarar que la desinformación por sí misma no es un problema nuevo. De hecho, la desinformación, ya sea como intento

de engañar a públicos con falsedades y medias verdades o la presencia de públicos desinformados, tiene una trayectoria más larga, florida y complicada que la “información”. A pesar de que es un concepto fluido y ambiguo, entiendo la información como proyecto social normativo y epistemológico interesado en establecer datos certeros sobre la realidad, con la pretensión de que la veracidad existe fuera de subjetividades y cuestionamientos. La desinformación digital es un nuevo capítulo del largo debate por establecer operaciones de sentido de modo fehaciente y convincente, a la luz de formas masivas, globales, afinadas, insidiosas y arteras de propaganda –política, comercial, social y cultural–.

Sabemos que circulan importantes niveles de desinformación sobre aspectos claves de la pandemia en plataformas digitales, en medios tradicionales y, especialmente, en los “medios sociales”. Es importante reconocer que no toda desinformación es similar. Abundan ejemplos de información incorrecta, ligera, y superficial que no capta o refleja la complejidad y los consensos de la experticia científica en un momento determinado sobre varios aspectos de la pandemia –circulación del virus, prevención, tratamiento y mortalidad–. Esto es esperable no solamente considerando los problemas del periodismo en proveer infor-

La desinformación digital es un nuevo capítulo del largo debate por establecer operaciones de sentido de modo fehaciente y convincente, a la luz de formas masivas, globales, afinadas, insidiosas y arteras de propaganda –política, comercial, social y cultural–.

mación sobre temas en salud y ciencia, sino también el conocimiento (cambiante) sobre la marcha durante la pandemia que alteró las conclusiones y recomendaciones sobre prevención y tratamiento.

Otra forma de desinformación es más preocupante ya que presenta elementos negacionistas y conspirativos sobre una variedad de temas: el origen de la supuesta “pandemia”, los intereses oscuros detrás de las vacunas y otras medidas de protección y un sinnúmero de asuntos tamizados por el filtro de la sospecha vacía y la mirada cínica desprovista de evidencia. Este flujo de des/información contribuye a la confusión en públicos sobre diferentes aspectos de la pandemia, especialmente durante momentos de alto interés en información, como los primeros meses del 2020 y subsecuentes coyunturas que dispararon ansiedad e incertidumbre colectiva.

Asimismo, el movimiento antivacunas recibió un notable empujón de visibilidad y legitimidad cuando grupos anti-Covid retomaron y amplificaron varios de sus argumentos sobre cuidado individual de la salud, la soberanía corporal y la desconfianza frente a la industria biomédica y farmacéutica. En varios países, la desinformación se cristalizó en protestas callejeras y digitales contra medidas básicas de la pandemia sobre vacunación, distanciamiento, protección facial y otras.

Frente a este panorama preocupante, las respuestas llamaron a combatir la desinformación con diversas estrategias. El menú es conocido: redoblar esfuerzos de la educación y la alfabetización en salud pública, coordinar agencias públicas, privadas y el sector cívico para informar ajustándose a la evidencia existente, las decisiones de corporaciones digitales de desplataformizar conspiraciones y falsedades de diferente tipo. No está claro si tales acciones han tenido impacto suficiente para contrarrestar la desinformación o efectos similares, más allá del convencimiento de expertos en salud pública y comunicación sobre su necesidad para enfrentar la “infodemia”.

Sin embargo, no queda claro que la desinformación necesariamente alimenta problemas claves en el control de la pandemia: la negación del problema, las dudas y el rechazo de las vacunas y otras medidas como el uso de barbijo y el distanciamiento social. Es claro que la desinformación es un problema esencial para la democracia y la acción colectiva sobre problemas del bien común, como la salud pública global. Es difícil pensar que se tomen y cumplan decisiones públicas acertadas, con amplio apoyo público, mientras existan bolsones importantes de infor-

mación falsa, mezclada con versiones conspirativas y creencias desprovistas de realidad.

No es obvio que la desinformación, por sí sola, se convierta en problema colectivo que obstaculice acciones efectivas para enfrentar problemas comunes como la pandemia, el escepticismo y el rechazo frente a la vacunación, o el acatamiento de medidas de prevención.

Tomemos los casos de América latina y Estados Unidos. Si bien en ambas regiones existe desinformación, mezclada con escepticismo y oposición frente a medidas para controlar la pandemia, no pareciera que su impacto haya sido similar en términos de descarrilar esfuerzos oficiales sobre vacunación, uso adecuado de barbijos y otras acciones. Los niveles de resistencia activa, alimentados por la desinformación, no son similares.

En América latina los índices de vacunación muestran un significativo crecimiento en países con una tradición de alta inmunización infantil y de otro tipo, después que los problemas iniciales de oferta y logística de inmunización fueron mínimamente resueltos (Statista 2022). De hecho, este logro es tan significativo que motivó que la región fuera considerada como líder en porcentaje de población con dos dosis de vacunas a fines del 2021. Las excepciones son países, especialmente en América Central, y regiones rurales en la región con crónicos problemas de acceso y calidad a servicios de salud.

¿Qué se puede concluir de esta tendencia? No pareciera que la desinformación aglutinada en protestas haya tenido significativo impacto negativo en los índices de inmunización. Los problemas para lograr altos índices de vacunación son los eternos déficits de los sistemas sanitarios en la región más que un movimiento antivacuna, vertebrado por la desinformación. Las normas sociales positivas (a favor de la inmunización, la biomedicina, los sistemas de salud) aparentemente contrarrestan los potenciales efectos negativos de la desinformación. Asimismo, existe una historia exitosa de programas de inmunización en sistemas de salud de atención primaria que, a pesar de recursos modestos, son creíbles, respetados y efectivos en la implementación de programas de vacunación contra el Covid. Este aumento transcurre en medio de la polarización política que podría llevar a rechazar políticas de gobierno del signo contrario. Asimismo, es posible que la persistencia de una alta percepción de riesgo de contagio, posiblemente debido al alto número de fallecimientos e infecciones durante la pandemia, haya contribuido a mitigar la desinformación. El relativo alto índice de vacunación se

observa incluso en países como Brasil, con flujos significativos de desinformación, especialmente alimentados desde la presidencia (Barbosa et al 2021; Soares et al 2021).

En Estados Unidos, en cambio, la evidencia sugiere que la desinformación se cristalizó tanto en actitudes antivacunas, antibarbijos y otras medidas. No es casualidad que donde hay índices de mayor vacunación son distritos demócratas, que reflejan poblaciones presuntamente menos proclives a ser blancos de operaciones de desinformación. La oposición a la pandemia y soluciones tiene neto corte conservador-reaccionario y cataliza diferentes influencias: discursos históricos libertarios de desconfianza frente al gobierno central y reclamo simplón de la “libertad individual”, la tozuda oposición a políticas “demócratas” en medio de la polarización política, corrientes anticencia, y convicciones conspirativas.

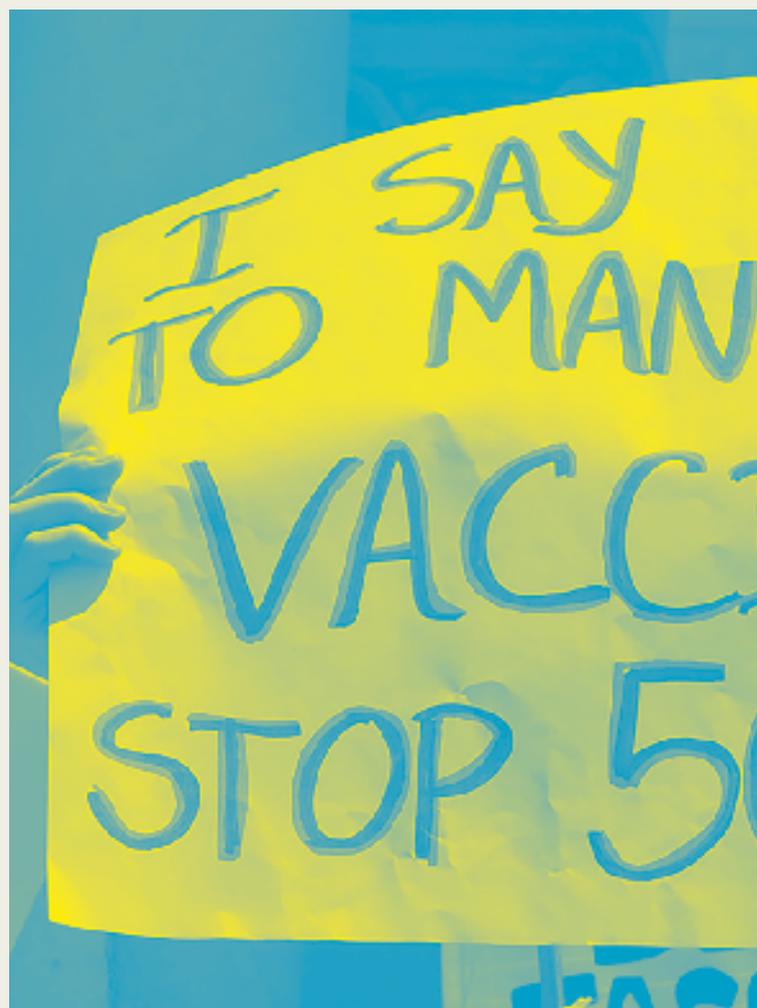
Esta combinación tóxica de irracionalismo, con el distintivo sello *made in the USA* (Waisbord 2020), ofrece terreno propicio para la desinformación y la resistencia a la vacunación y otras medidas de protección. No hay duda o vacilación frente a la vacunación, sino una enérgica movilización sostenida en diferentes pilares socioculturales, políticos y económicos (siempre se puede hacer plata aprovechando la ignorancia y el dogmatismo, vendiendo mentiras y falsos remedios).

¿Cuál es la lección para entender los peligros de la desinformación? No toda desinformación, más allá de sus características, circuitos, caudales y consumos, tiene impacto similar en acciones colectivas y políticas públicas, como el control de la pandemia. Debemos entender la desinformación en contextos políticos y sociales particulares. Hay que focalizar el análisis en fenómenos sociopolíticos más que solamente informativos. La des/información no es puramente un fenómeno des/informativo. No debe ser estudiado y discutido únicamente como un problema computacional de algoritmos y decisiones corporativas que amplifican y validan mentiras, conspiraciones y otros problemas. No puede ser visto meramente como un fenómeno de redes, plataformas digitales, y opinión errada o despegada de la realidad.

La desinformación –su desarrollo, dinámica y relevancia (en el caso de la pandemia, para la salud pública)– debe ser comprendida en términos históricos, sociológicos y políticos. Debe ser analizada en su vinculación (o no) con formas de dar sentido a la política, participación pública, identidades colectivas y percepción de gobiernos y servicios. Sin comprender estas conexiones no está claro por qué la des/información es importante y problemática.

El análisis comparativo permite entender las dinámicas de la desinformación más allá de estructuras y dinámicas de redes o contenidos particulares. Esto es posible comparando la presen-

cia y relevancia de desinformación en diferentes comunidades, países o regiones. Ligar el análisis de la des/información con estructuras y dinámicas sociales y políticas permite identificar la factibilidad de posibles respuestas. La desinformación engarzada con identidades políticas, fanatismo político, puro subjetivismo pueril, y fuertes convicciones sobre temas públicos como la pandemia, plantea desafíos particulares, que son distintos de situaciones donde la desinformación no desemboca en movimientos políticos o adquiere una poderosa valencia identitaria. Cuando la desinformación se convierte en fabulismo totémico de movilización social-política, el problema es profundamente diferente a situaciones donde los públicos sostienen ideas falsas de forma superficial y casual. Este es un problema, pero no del mismo tipo cuando vacunas, personal de salud, expertos en virología y epidemiología o barbijos se convierten en objetos poli-



tizados y polarizados –signos de odio, ridículo y rabia–. Pierden su potencial de ser percibidos como objetos y saberes neutrales o ligados al bien común o el saber científico y técnico por encima de reyertas políticas e identidades sociales.

Por lo tanto, es errado diagramar respuestas idénticas cuando los problemas de la desinformación son diferentes, aunque superficialmente parezcan similares. El menú sabido de estrategias –inocular previamente con información correcta, *fact-checking*, y desenmascarar falsedades– puede funcionar en ciertos contextos cuando existe información falsa o descabellada, pero no necesariamente cuando el problema son movimientos identitarios-políticos empeñados en lograr objetivos contrarios al bien común. Contextualizar el análisis y las respuestas es importante para evitar depositar esperanzas injustificadas en acciones de información que no pueden resolver problemas políticos.



Referencias bibliográficas

- Barbosa, M.D.S., Croda, M.G., & Simionatto, S. (2021). "Vaccination against Covid-19 in the Brazilian indigenous population: Has science been defeated by fake news?". *Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical*, 54.
- Galhardi, C.P., Freire, N.P., Minayo, M.C.D.S., & Fagundes, M.C.M. (2020). "Fact or fake? An analysis of disinformation regarding the Covid-19 pandemic in Brazil". *Ciencia & saude coletiva*, 25, 4201-4210.
- Grimes, D.R. (2021). "Medical disinformation and the unviable nature of Covid-19 conspiracy theories". *PLoS One*, 16(3), e0245900.
- Lin, T.H., Chang, M.C., Chang, C.C., & Chou, Y.H. (2022). "Government-sponsored disinformation and the severity of respiratory infection epidemics including Covid-19: A global analysis, 2001-2020". *Social Science & Medicine*, 114744.
- Mayo Clinic (2022) Rastreador de vacunas contra la Covid-19 en Estados Unidos, <https://www.mayoclinic.org/es-es/coronavirus-covid-19/vaccine-tracker>
- Soares, F.B., Recuero, R., Volcan, T., Fagundes, G., & Sodré, G. (2021). "Research note: Bolsonaro's firehose: How Covid-19 disinformation on WhatsApp was used to fight a government political crisis in Brazil". *The Harvard Kennedy School Misinformation Review*.
- Statista Research Department (2022) <https://es.statista.com/estadisticas/1258801/porcentaje-y-numero-vacunados-contra-covid-19-en-latinoamerica-por-pais/>
- Waisbord, S. (2020). *El Imperio de la Utopía: Mitos y realidades de la sociedad estadounidense*. Barcelona: Planeta.
- Waisbord, S. (2022) "Más que infodemia: pandemia, posverdad y el peligro del irracionalismo", *InMediaciones de la Comunicación*, <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/articulo/view/3227>



EL COVID Y LOS MEDIOS

LA AUTORA ABORDA EN SU ARTÍCULO LA CIRCULACIÓN INFORMATIVA EN RELACIÓN A LA POLÍTICA Y LA PANDEMIA, EN UN CASO EN PARTICULAR COMO EL DE LOS ESTADOS UNIDOS.

A stack of rolled-up newspapers is shown, with various headlines and graphics visible. The newspapers are arranged in a fan-like pattern, showing different sections and articles. Some visible text includes "use", "FE", "the veracity", "projects", "culture", "I MADE A LOT OF THEM.", "projects", "culture", "level-", "PSP", "asked to", "least", "to", "ally", "es", "20". There is also a graphic of a diamond and a house.

POR GAYE TUCHMAN. *Profesora Emérita de Sociología de la Universidad de Connecticut. Ha sido presidenta de la Eastern Sociological Society, vicepresidenta de la Sociologists for Women in Society y consejera de la American Sociological Association.*

Durante más de dos años, mi vida ha estado dominada por las restricciones asociadas con el Covid. Como persona diabética de 79 años, he seguido las reglas. He sido incluso más cautelosa que la autoridad del gobernador de mi estado y del Centro Nacional para el Control de Enfermedades. Uso mi mascarilla al aire libre, no voy a restaurantes, al cine, a las tiendas (excepto a la farmacia), ni a casas de amigos. Hago Zoom. Iba al almacén a las 6 am cuando esa hora estaba reservada para personas mayores. Durante un tiempo hice mis compras en línea y me las entregaban en casa. Después de que me rompí el brazo y me destrocé el hombro en junio pasado, mis amigos me llevaban al médico, todos con mascarilla y con la vacuna contra el Covid, así como con el refuerzo recomendado tan pronto como estuvieron disponibles. Como es obvio, he tenido una buena educación, cumplo con la mayoría de las leyes y soy de clase media alta. Las personas que no comparten mis características demográficas también se han vacunado y colocado mascarillas, al igual que la mayoría de los residentes de los Estados Unidos. Pero no todos. Solo el 65 por ciento de la población está completamente vacunada. El 35 por ciento restante incluye personas con mis categorías demográficas que sostienen que el Covid o los pasos para minimizar la probabilidad de contraerlo son un engaño. Dentro de este grupo, hay personas inspiradas por la fe en nuestro último presidente, Donald Trump: le creyeron cuando menospreció al establishment médico. Hay otros, con los que puedo simpatizar, que se niegan a creer los consejos médicos que han permeado las noticias porque, lamentablemente, el establishment médico los ha ignorado, tratado con rudeza o incluso experimentado con ellos sin permiso. Como cualquier socióloga, puedo nom-

brar a estos grupos: en primer lugar, las personas negras y las pobres. La gente puede recordar el Experimento Tuskegee, cuando los médicos les dijeron a varones negros con sífilis que estaban recibiendo tratamiento, pero no se lo dieron, sino que registraron las etapas asociadas con la progresión de su enfermedad. Algunos medicamentos para enfermedades han sido probados en presos; otros, sobre ciudadanos de Puerto Rico, un territorio estadounidense no incorporado. Se ha culpado a los estadounidenses de origen asiático por la existencia del Covid. Los inmigrantes de América latina, especialmente de México y América Central, han sido tratados muy mal, al igual que los indígenas estadounidenses, cuyas experiencias históricas invitan a estremecerse. Además, muchos miembros de estos grupos han perdido sus trabajos. Demasiados de los que todavía están empleados hacen trabajos que los exponen a grupos de personas sin mascarillas.

Nuestra Constitución puede afirmar que todas las personas somos iguales, pero nuestro país no nos trata de esa manera. En total, más de 78,8 millones de estadounidenses han contraído Covid y más de 940.000 personas han muerto por causas relacionadas con esta enfermedad. Las personas negras y las pobres están sobrerrepresentadas. Algunas de esas muertes pueden atribuirse a los medios modernos.

Cuando le dije a mi fisioterapeuta que estaba escribiendo este ensayo, me dijo que Estados Unidos es demasiado grande y variado para que yo escriba sobre un tema tan amplio como el Covid y la comunicación en Estados Unidos. Incluso en mi pequeña ciudad de Nueva Inglaterra, de aproximadamente 15.000 habitantes a los que se suman más de 20.000 estudiantes universitarios, hay mucha variación y mucho Covid. Durante el

Se ha culpado a los estadounidenses de origen asiático por la existencia del Covid. Los inmigrantes de América latina, especialmente de México y América Central, han sido tratados muy mal, al igual que los indígenas estadounidenses, cuyas experiencias históricas invitan a estremecerse.

último gran brote, nuestro estado estimó que si alguien en nuestro pueblo estuviera en un grupo de diez personas, uno de ellos podría tener Covid. Les doy algo de crédito a los medios por este horror: la transformación gradual pero radical de las industrias de comunicaciones estadounidenses alentó parte de esa enfermedad y muerte.

Las normas que regulan la propiedad de los medios han variado dependiendo, hasta cierto punto, del partido político que sea dominante y tenga la mayor cantidad de miembros en la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por su nombre en inglés), la agencia regulatoria. Allá lejos y hace tiempo, los Estados Unidos tenían tres principales canales comerciales de televisión, las estaciones de radio eran en su mayoría independientes de otros medios, las principales ciudades tenían periódicos que competían entre sí y la propiedad de los medios estaba más cuidadosamente regulada que en la actualidad. Por ejemplo, una empresa solo podría poseer cinco canales de televisión. No podía poseer dos emisoras de radio en el mismo mercado. Un periódico no podía ser dueño de un canal de televisión.

Con la invención y propagación de la televisión por cable, la situación se hizo más compleja. Así como una plétora de emisoras de radio en las principales ciudades había resultado en una mayor variación en la cobertura de noticias, también más canales de cable finalmente produjeron una programación de noticias más variada, incluidas nuevas redes que desafiaron a los programas de noticias supuestamente objetivos de los tres grandes que alguna vez fueron dominantes. La corporación Fox, controlada por el magnate de las noticias ultraconservador Rupert Murdoch, competía con ABC, CBS y NBC. Tuvo tanto éxito que en 2003 una participante en un grupo de apoyo para diabéticos al que me había enviado mi médico, sin vergüenza, anunció en voz alta a todos que tenía que llegar a casa rápidamente para ver a un presentador de noticias de Fox odiosamente conservador. El dominio alguna vez hegemónico de tres programas nacionales vespertinos disminuyó. Hubo una vez en que sus editores insistían en que los profesionales, es decir, la gente de las noticias, deberían decidir qué importaba lo suficiente como para ser noticia.

El derecho a definir las noticias iba a cambiar, ya que la aparición de Internet en la década de 1980 hizo que la situación de las noticias fuera aún más compleja. Con una búsqueda dirigida, uno podía encontrar las noticias que prefería leer, ver o escuchar. El resultado de un aparente incremento de alternativas condujo a resultados bien conocidos. Los periódicos languidecían y fracasaban. Una sola corporación de radio se extendía por gran parte de la nación y distribuía noticias nacionales, pero no locales. Los teléfonos celulares agregaron más alternativas:



Más de 78,8 millones de estadounidenses han contraído Covid y más de 940.000 personas han muerto por causas relacionadas con esta enfermedad. Las personas negras y las pobres están sobrerrepresentadas.

uno podía proclamar sus puntos de vista en Facebook, Twitter y otras plataformas, incluso cuando solo leía las opiniones políticas de los llamados “amigos”. En sus versiones en línea, los periódicos invitaban a los lectores a comentar las historias. A medida que crecían las tecnologías y las posibilidades, los periódicos en línea medían cuántas visitas recibían sus historias y algunos, como *The New York Times*, incluso publican qué historias tienen la mayor cantidad de visitas, modificando los números a medida que transcurre el día. Cuando el número de personas que leen una historia determina qué acontecimientos se convertirán en noticias significativas, el sentido mismo de las noticias ha cambiado. Para complacer a los consumidores y así a los anunciantes, los periódicos, los medios electrónicos e incluso los usuarios de Instagram pueden decidir qué será noticia. En tales condiciones, los puntos de vista políticos se bifurcaron cada vez más. No era necesario estar expuesto a los medios con los que no se estaba de acuerdo.

Donald Trump proporciona un ejemplo paradigmático. Incluso una mirada superficial a la cobertura de sus actividades políticas muestra que a la gente de las noticias le importaba cada vez más cuántas visitas recibía una historia sobre él, en lugar de si los cronistas y editores la consideraban importante. Las historias sobre Trump vendieron anuncios en periódicos, programas de televisión y plataformas de Internet. Hicieron dinero. Durante la temporada de primarias de las elecciones presidenciales de 2016, Trump hizo declaraciones escandalosas (muchas mentiras), que las noticias informaron de manera obediente y

prominente. Observé a los dos periódicos a los que estoy suscrita, *The New York Times* y *Washington Post*, publicar historia tras historia presentando las mentiras de Trump sin llamarlo mentiroso. El *Times* lo llamó mentiroso por primera vez después de su elección.

Pienso en esa cobertura de Trump cada vez que un medio de comunicación o una persona me dice que las noticias y el establishment médico han estado mintiendo sobre el Covid. Después de que surgiera la enfermedad, Trump aconsejó a los estadounidenses que no se preocuparan. El Covid, dijo, era insignificante, una enfermedad extranjera, una mentira médica. Después de romperme el hombro y antes de que pudiera volver a conducir, le pedí a una amiga que me llevara a mi ortopedista. “Claro”, dijo, “pero debo decirte que no estoy vacunada”. Sabiendo que es terca, solo respondí: “Gracias, de todos modos”. Recientemente, ha estado publicando diatribas sobre el establishment médico en su página de Facebook. Sé que tiene algunos amigos que votaron por Trump y que creen que ganó las elecciones presidenciales de 2020. Me gustaría pensar que ella no ha sido influenciada por ellos ni por los noticieros que ellos prefieren. Estos atacan al establishment médico y a los intentos federales de luchar contra el Covid. Pero aunque espero que no se contagie de Covid, sé que el hecho de que los medios de comunicación hayan fallado en señalar las mentiras, la bifurcación de la política nacional y el maltrato absoluto a los grupos minoritarios y a las personas pobres han causado muchas de las más de 940.000 muertes de estadounidenses por Covid-19.

POLÍTICAS PARA LA CONECTIVIDAD Y EL ACCESO A INTERNET DURANTE LA PANDEMIA: IMPACTOS LIMITADOS SOBRE DESIGUALDADES PREEXISTENTES

LA PANDEMIA HA EXPUESTO DE UN MODO DESCARNADO LAS PROFUNDAS DESIGUALDADES E INEQUIDADES QUE EXISTEN EN EL ACCESO A LOS SERVICIOS DE CONECTIVIDAD Y A LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LA ARGENTINA.

por **BERNADETTE CALIFANO**. *Licenciada en Ciencias de la Comunicación y Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Investigadora Adjunta del CONICET. Profesora de grado y posgrado (FSOC, UBA). Investigadora del Centro ICEP (UNQ).*

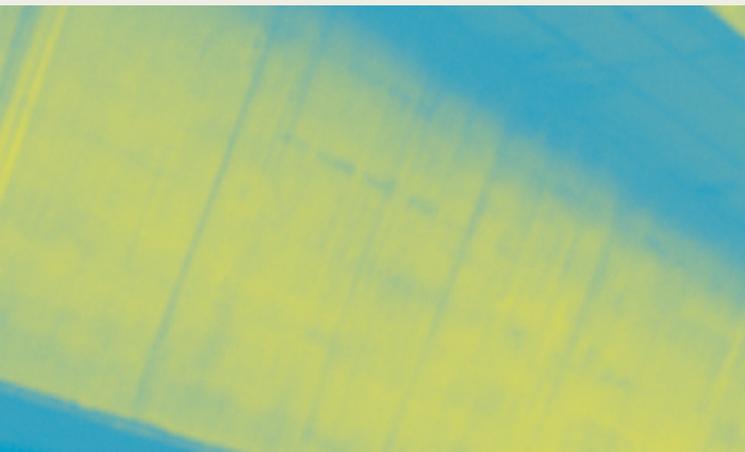




En marzo de 2020, luego de que la Organización Mundial de la Salud determinase que la enfermedad causada por el coronavirus 2019 (Covid-19) reunía las características de una pandemia, se dispusieron medidas de aislamiento preventivo y distanciamiento social obligatorio para mitigar la expansión y el contagio del virus. La mayor parte de la población debió permanecer en sus hogares y ello condujo a un notable incremento de las actividades realizadas a través de las redes de telecomunicaciones. La educación a distancia, el teletrabajo, el comercio electrónico, la tele salud y diversas formas de entretenimiento e interacción social en línea pasaron a ser consideradas la “nueva normalidad” para ciertos sectores sociales que contaban con servicios de TIC de calidad. Sin embargo, una parte importante de la población carecía de acceso a internet o a dispositivos tecnológicos, y/o disponía de formas de conectividad limitadas, que le impidieron realizar estas actividades.

Este artículo analiza las principales acciones de política pública para la conectividad y el acceso a internet implementadas durante la pandemia por Covid-19 en la Argentina. El argumento central sostiene que el gobierno reaccionó rápidamente a las mayores demandas de conectividad y promovió diversas iniciativas para facilitar el acceso y la continuidad de los servicios de TIC. No obstante, estas acciones configuraron una política pública reactiva y de orientación paliativa, que evidenció problemas en su implementación. Las desigualdades preexistentes en el acceso material a internet, la tradicional orientación privada del sector, y las dificultades en la implementación de las medidas necesarias para disminuir las brechas digitales condicionaron y limitaron el impacto de la política pública.





Desigualdades en el acceso a internet y a servicios de TIC

En la Argentina existen profundas brechas digitales para el acceso, uso y apropiación de tecnologías de información y comunicación. Las desigualdades se manifiestan no solo en términos de las diferencias en el acceso material a los servicios de conectividad, sino también en las distintas tecnologías utilizadas, en la disparidad de las velocidades de conexión, en los dispositivos y soportes de conectividad, en los niveles de alfabetización digital, y en las habilidades y motivaciones a partir de las cuales los usuarios hacen uso de estas tecnologías.

Cuando estalló la pandemia por Covid-19 en el país, el 85,5% de la población era usuaria de internet. Sin embargo, solo el 63,8% de los hogares urbanos tenían acceso a una computadora, mientras que el 35,79% no contaba con acceso a internet fijo a nivel nacional. La situación era más grave en varias provincias, lo que subrayaba las desigualdades regionales: mientras que la ciudad de Buenos Aires tenía una tasa de penetración de internet fijo



que superaba el 106%, en Formosa, San Juan, Santa Cruz, Mendoza y Chaco más del 60% de los hogares no disponía de este tipo de conectividad. Al año siguiente, en el segundo trimestre de 2021, más del 50% de los hogares argentinos continuaba sin servicios de conectividad fija en ocho provincias argentinas.

No solo es baja la tasa de penetración de la banda ancha a nivel nacional, sino que también existen disparidades regionales en el tipo de tecnología utilizada. La principal forma de conectividad por banda ancha es a través del cable coaxial (57,2%), seguido por la tecnología ADSL (20,47%) y, en una menor proporción, por la fibra óptica (14,93%). En términos concretos esto implica que, de cada 100 hogares, solo 10 se conectan a internet por fibra óptica, la que se caracteriza por permitir mejores velocidades de transmisión de datos. Y estas conexiones se concentran principalmente en cuatro provincias: Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Tucumán.

Contrariamente a lo que ocurre con el acceso a internet, la tasa de penetración de la telefonía móvil es alta: alcanzó el 119,47% en el segundo trimestre de 2021. En otras palabras, existen más líneas activas (casi 55 millones) que cantidad de habitantes a nivel nacional. Sin embargo, el 90,12% son modalidades de tipo prepago, es decir, aquellas en las que el usuario paga por adelantado los servicios de telecomunicaciones. Esta modalidad suele ser la opción más elegida por los sectores con menores ingresos, pero tiene precios más elevados para la realización de comunicaciones móviles y para el consumo de datos.

Estos números ilustran algunas de las inequidades que existen en la Argentina para el acceso y uso de las tecnologías de información y comunicación, tanto por el lugar que ocupa el país en el escenario geopolítico y en el contexto global, como por las asimetrías que existen al interior de su territorio.

Acciones de política pública para la conectividad y el acceso a internet

En marzo de 2020 se puso en marcha una serie de iniciativas para asegurar la continuidad del acceso a los servicios de TIC y el mantenimiento de las redes de telecomunicaciones, ante la creciente demanda de tráfico durante el período de aislamiento preventivo y distanciamiento social obligatorio.

Como primera medida, el gobierno dispuso la prohibición de suspender o interrumpir por falta de pago los servicios de telefonía fija o móvil, internet y televisión por cable para los usuarios de menores recursos, entre los que se incluían beneficiarios de planes sociales, jubilados y pensionados, trabajadores con bajos ingresos y desempleados. La iniciativa también contempló a pequeñas y medianas empresas, a cooperativas de trabajo, a instituciones de salud y a ciertas entidades de bien público, en el contexto de una fuerte recesión económica. Se estableció, asimismo, que las empresas de telecomunicaciones debían brindar un servicio reducido que garantizase la conectividad para aquellos usuarios con sistema de servicio prepago de telefonía móvil que no abonasen la correspondiente recarga para acceder al consumo.

Esta medida fue sucesivamente prorrogada durante el transcurso del aislamiento social. Además, se suspendieron los aumentos de precios previstos para los servicios de TIC hasta el 31 de diciembre de 2020 por medio de sucesivos decretos, aunque a partir de enero de 2021 se autorizaron incrementos parciales.

También se implementaron “planes inclusivos” de telefonía e internet fijo y móvil, con un precio acordado con las empresas hasta el 30 de septiembre de 2020. A fines de agosto de aquel año se promulgó el decreto de necesidad y urgencia 620/2020 que dispuso –entre otras medidas que analizaremos más adelante– continuar con esta política por medio de la denominada “Prestación Básica Universal” (PBU). Según esta iniciativa, las empresas debían ofrecer planes básicos de servicios de TIC a precios accesibles fijados por la autoridad regulatoria para los sectores de menores recursos, dentro de los cuales se contemplaba a más de diez millones de personas.

La Prestación Básica Universal se reguló en el mes de diciembre de 2020. Sin embargo, pese a la obligación que tenían de otorgarle una amplia difusión, las compañías de servicios de TIC siguieron publicitando únicamente sus propios planes de contratación. Ante la consulta del cliente, los operadores ofrecían otra promoción o descuento comercial vigente, sujeto a aumentos futuros, desconociendo la PBU. El trámite para acceder al beneficio tampoco resultaba sencillo para sectores sociales que, en muchos

Las empresas de telecomunicaciones debían brindar un servicio reducido que garantizase la conectividad para aquellos usuarios con sistema de servicio prepago de telefonía móvil que no abonasen la correspondiente recarga para acceder al consumo.

casos, no contaban con equipamiento informático ni acceso a internet fijo en sus hogares: requería de la descarga de una declaración jurada del sitio web del organismo regulador, completarla, acreditar la situación de vulnerabilidad, y presentarla ante el prestador de servicios deseado. En caso de que este último se negase a brindar el servicio, cabía la posibilidad de realizar el reclamo correspondiente. Si bien más adelante varias empresas cumplieron con la obligación de publicitar la PBU, su implementación distó mucho de ser la esperada y de representar un avance significativo para contribuir a cerrar brechas digitales.

A partir de septiembre de 2020 se lanzó toda una serie de programas con el objetivo de llevar conectividad a diversos barrios y localidades vulnerables a través del financiamiento proveniente del Fondo del Servicio Universal. Con el foco puesto en el largo plazo, se presentó el Plan Nacional “Conectar” con el que se anunciaron futuras inversiones en infraestructura troncal de la red federal de fibra óptica, en el centro de datos de Arsat, en materia satelital y para la televisión digital abierta.

La Prestación Básica Universal se reguló en el mes de diciembre de 2020. Sin embargo, pese a la obligación que tenían de otorgarle una amplia difusión, las compañías de servicios de TIC siguieron publicitando únicamente sus propios planes de contratación.

Tráfico de internet, consumo de datos y educación a distancia

Tras el dictado de las medidas de distanciamiento social obligatorio se registró un incremento de alrededor del 40% en el tráfico de internet, en comparación con los datos del mes de febrero de 2020. Si bien el crecimiento se desaceleró a medida que transcurrió la pandemia, se mantuvo una tasa de incremento mensual del 15 por ciento.

Con el fin de no sobrecargar las redes y preservar su correcto funcionamiento se pactaron acuerdos con algunas empresas proveedoras de contenidos *over-the-top* (OTT), tales como Netflix, para disminuir la calidad de los servicios audiovisuales transmitidos en *streaming*. La iniciativa fue seguida por YouTube, que redujo temporalmente la calidad de imagen de sus videos en todo el mundo a definición estándar. Adicionalmente, algunos operadores de TV optaron por liberar contenido a demanda y señales *premium* sin costo adicional para sus clientes.

A ello se sumaron los denominados “acuerdos de tasa cero” (*zero rating*) con operadoras de telecomunicaciones, que permitieron acceder a sitios con información oficial desde aplicaciones móviles sin que se contabilizase como consumo adicional de datos. Estos acuerdos se implementaron para el uso de la aplicación Cuid.ar, que permitía el autodiagnóstico de síntomas compatibles con coronavirus y brindaba recomendaciones sanitarias, y de la plataforma “Seguimos educando” del Ministerio de Educación, que proveía recursos digitales para la enseñanza primaria y secundaria. Este último acuerdo se extendió luego para facilitar el acceso de los estudiantes universitarios a las plataformas de 57 universidades nacionales.

La mayoría de las instituciones educativas no estaban preparadas para la transición hacia la educación remota cuando estalló la pandemia. En los hechos, el uso extendido de plataformas de software privativo en todo el sistema planteó obstáculos para el desarrollo de las clases (forzosamente) virtualizadas, principalmente para los estudiantes y docentes de bajos ingresos. Muchos estudiantes debieron seguir clases en línea por medio del uso de aplicaciones propietarias en sus teléfonos móviles, con el consiguiente consumo de datos.

Entre otras iniciativas y acciones públicas se organizaron cursos gratuitos de educación a distancia para docentes, se aumentó la infraestructura de los servidores para alojar campus y aulas virtuales, y se distribuyeron netbooks y tablets para estudiantes secundarios de localidades vulnerables.

Uno de los grandes desafíos pendientes en el área educativa es conectar a todas las escuelas e instituciones públicas del país, además de brindarles una adecuada infraestructura, hardware y soporte tecnológico. En octubre de 2020 se presentó el Programa de Acceso a Conectividad para Instituciones Públicas con el objetivo de garantizar el acceso a Internet de todos los centros de educación superior, con financiamiento del Fondo del Servicio Universal. De igual modo, en julio de 2021 el Ministerio de Educación, a través de Educ.ar, aprobó el inicio de una licitación pública para asegurar la conectividad de todas las escuelas argentinas. Se espera que, en el mediano plazo, estas iniciativas permitan brindar conectividad a todas las instituciones educativas del país y desplegar WiFi 6 dentro de las universidades nacionales, junto con modalidades de trabajo del tipo “aula invertida”, a fin de transferir ciertas actividades y procesos de aprendizaje fuera del aula.

La declaración de los servicios de TIC como servicios públicos esenciales

Con una mirada que podría analizarse en términos de una política pública de largo plazo, el gobierno intentó regular algunos de los servicios de TIC como servicios públicos.

El 21 de agosto de 2020 el presidente de la Nación, Alberto Fernández, dispuso, por medio del DNU N° 690, que los servicios de tecnologías de información y comunicación sean considerados servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia. La medida otorgó el rango de servicio público a la telefonía móvil, una característica que ya ostentaba la telefonía fija, y dispuso mayores potestades regulatorias para la fijación de tarifas y el control de precios.

La reacción de las empresas y cámaras empresariales de telecomunicaciones fue inmediata, manifestándose de forma conjunta en contra del decreto. Sus principales voceros señalaron que se trataba de un cambio de reglas sin consulta previa, que impactaría negativamente sobre las inversiones y empleo en el sector. Además, argumentaron que la calificación de los servicios de TIC como “servicios públicos” suponía una regulación limitante, que no garantizaría ampliar el nivel de conectividad de la población.

A inicios de septiembre de 2020 el Senado de la Nación avaló el decreto presidencial. A partir de allí, el ente regulador inició una serie de reuniones con los actores interesados en la reglamentación de la medida, de las que participaron cámaras, pymes y cooperativas de servicios de TIC de todo el país, asociaciones de usuarios y consumidores, y solo más tarde las principales empresas privadas del sector. No obstante, el decreto nunca se reglamentó en su totalidad. Varias empresas iniciaron juicios contra el Estado y obtuvieron medidas cautelares favorables que frenaron su aplicación y que les permitieron seguir aumentando unilateralmente los precios de sus servicios.

Hacia fines de 2021, la Comisión de Sistemas, Medios de Comunicación y Libertad de Expresión del Senado de la Nación impulsó el debate sobre una serie de proyectos de ley que proponían regular los servicios de TIC como servicios públicos esenciales, a fin de otorgarle una mayor legitimidad al decreto vigente. Se trataba de seis iniciativas legislativas presentadas entre 2020 y 2021, tanto por parte de senadores oficialistas como opositores, que contenían algunas propuestas similares en torno de considerar el acceso a internet como un derecho humano, pero que diferían en los términos específicos de la regulación. La reunión de comisión para debatir sobre el tema contó con la participación de especialistas, funcionarios y asociaciones de usuarios, pero no prosperó en su trámite legislativo en el Congreso de la Nación.



Conclusiones

Las políticas públicas para el acceso a internet y a las tecnologías de información y comunicación se ubicaron en el centro de la agenda pública en el contexto de la pandemia por Covid-19. Luego del análisis realizado en este artículo podemos caracterizar el conjunto de acciones implementadas diferenciando dos etapas.

En una primera fase (marzo-agosto 2020), la política pública exhibió un carácter reactivo y una orientación paliativa, pues incluyó medidas de emergencia como reacción a los desafíos planteados por la pandemia y procuró aliviar temporalmente sus efectos negativos. Estas acciones abarcaron una serie de acuerdos con el sector privado para garantizar un mínimo de conectividad ante la creciente demanda de tráfico de datos, la prohibición de discontinuar las prestaciones de servicios de TIC por falta de pago, el congelamiento de precios hasta fines de 2020, la implementación de planes inclusivos para permitir que personas con dificultades económicas accedieran a servicios de telefonía e internet fijo y móvil a un precio asequible, los compromisos para disminuir la calidad de los servicios audiovisuales en *streaming* a fin de no sobrecargar las redes, y los convenios de tasa cero con operadores de telecomunicaciones para facilitar el acceso a sitios oficiales y educativos, entre otros.

Una segunda etapa se inició a fines de agosto de 2020, con la intención de implementar políticas públicas de mediano y largo plazo, y se extendió hasta diciembre de 2021, cuando se debilitaron las iniciativas en un contexto de relajamiento de las restricciones de circulación social. En este período se procuró regular los servicios de TIC como servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia, y establecer mayores potestades regulatorias para la fijación de precios. Pero esta medida, promulgada sin el acuerdo del sector privado –como ocurrió en la primera etapa–, condujo a una inmediata confrontación con las principales empresas del sector, las que iniciaron juicios contra el Estado. El enfrentamiento tornó inviable, en los hechos, la efectiva regulación de los servicios de TIC como servicios públicos, y reveló la histórica dependencia del sector privado que persiste en el campo regulatorio de las telecomunicaciones

como uno de los legados de las privatizaciones de la década de 1990. Si bien se logró avanzar tímidamente con los planes básicos de servicios de TIC para los sectores de menores recursos, los resultados de esta iniciativa han sido magros con relación a las expectativas iniciales y no han representado avances significativos para corregir las desigualdades anteriores. Asimismo, se pusieron en marcha diversos programas para cubrir las necesidades de conectividad de zonas vulnerables, barrios populares e instituciones educativas, junto con planes para incrementar la infraestructura troncal y la capacidad operativa de la red federal de fibra óptica, cuyos efectos se podrán evaluar recién en el largo plazo.

Por lo pronto, las brechas digitales preexistentes en materia de conectividad y acceso a internet que aquí analizamos limitaron el impacto de las acciones públicas implementadas durante la pandemia. En los hogares sin acceso a internet fijo y/o sin computadora, o con un acceso limitado y de baja calidad a internet, se consolidaron (nuevas) situaciones de exclusión, porque importantes sectores sociales resultaron privados del acceso a servicios de educación, entretenimiento, formas de teletrabajo e interacción social.

En el escenario que se abre de cara al futuro, resulta primordial lograr un acceso universal a internet en condiciones asequibles, equitativas y de calidad, junto con el reconocimiento de que se trata de un derecho humano y una condición esencial para garantizar el ejercicio de toda una serie de derechos económicos, sociales y culturales, entre los que se hallan la educación, el trabajo, la salud y el acceso a la información.

Las políticas públicas para promover el acceso a servicios de TIC y para el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones han adquirido una renovada relevancia en este contexto. La experiencia recabada hasta aquí insiste en la necesidad del diálogo y consenso entre el Estado, las empresas de servicios de TIC, las asociaciones de usuarios y la ciudadanía en general, a fin de lograr políticas integrales, articuladas y a largo plazo, que permitan contribuir a cerrar brechas digitales y a disminuir las desigualdades sociales, en lugar de que se profundicen cada vez más.



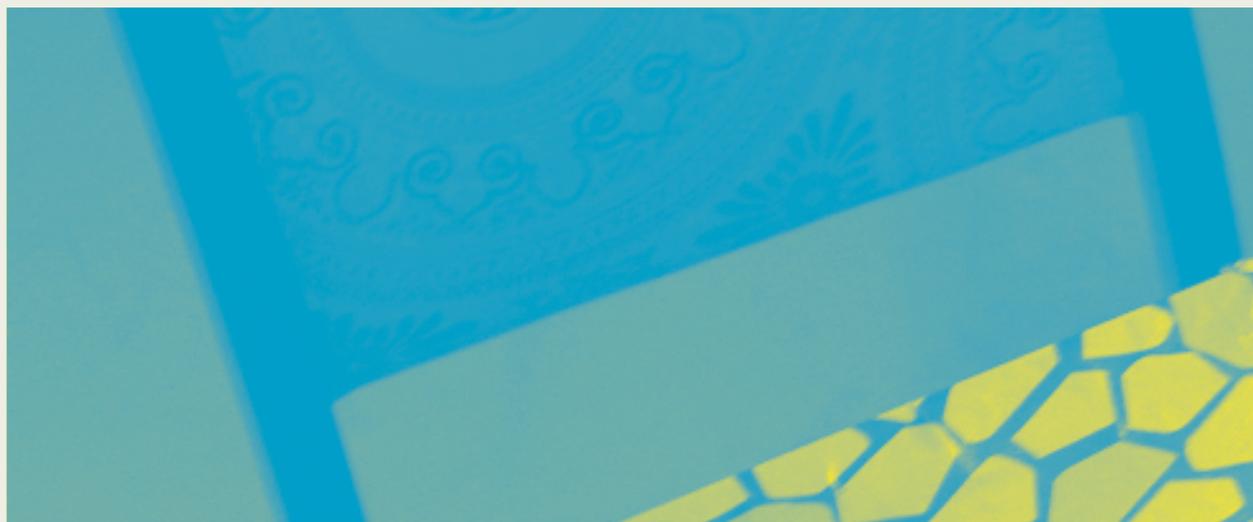
ENTORNO DIGITAL Y PANDEMIA: LA VIDA NO SE DETUVO, CAMBIÓ DE LUGAR

EL ARTÍCULO SOSTIENE QUE LA PANDEMIA DE COVID-19 EXHIBIÓ QUE EN LAS SOCIEDADES CONTEMPORÁNEAS LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS SE DESENVUELVEN EN LO QUE SE PUEDE DEFINIR COMO TRES ENTORNOS: UNO NATURAL, OTRO URBANO Y, POR ÚLTIMO, EL DENOMINADO COMO DIGITAL.

por **PABLO J. BOCZKOWSKI**. *Hamad Bin Khalifa Al-Thani*
Professor en el Departamento de Estudios de la Comunicación de
Northwestern University y codirector del Centro de Estudios sobre
Medios y Sociedad en Argentina (MESO).

por **EUGENIA MITCHELSTEIN**. *Profesora Asociada*
y Directora del Departamento de Ciencias Sociales de la
Universidad de San Andrés y codirectora del Centro de Estudios
sobre Medios y Sociedad en Argentina (MESO).





Las calles casi desiertas, los negocios cerrados, el transporte público vacío. Desde marzo de 2020, este escenario se repitió en varias ciudades de todo el mundo a causa de las medidas de cuarentena y aislamiento dictadas por los gobiernos para frenar los contagios de Covid-19. La vida cotidiana de la mayoría de las personas –quienes no tenían trabajos que exigían presencia física, quienes podían permitírselo– cambió de manera radical. Cerraron las escuelas y las universidades, los hospitales para todo lo que no fueran urgencias o tratamiento de la epidemia, los salones de fiestas, los restaurantes, los cines, los estadios, los gimnasios y los centros comerciales.

Las actividades que las personas desarrollaban en estos ámbitos –aprender y enseñar, hacer una consulta médica, encontrarse con amistades y familiares, disfrutar del cine y del deporte como espectadores, hacer gimnasia, ir de compras– se trasladaron, de manera casi integral, a las pantallas múltiples, pantallas personales y familiares. La vida no se detuvo: cambió de lugar. Así, la pandemia de Covid-19 hizo más visible un proceso que no había empezado en 2019, sino que de hecho llevaba varios años de desarrollo: la creciente digitalización de la vida cotidiana.

La mayoría de las personas en las sociedades contemporáneas se desenvuelve en tres entornos: natural, urbano y digital. Los entornos natural y urbano existen desde hace mucho tiempo. Desde los inicios de la humanidad, durante cientos de miles de años, la vida de las personas, que dependían de la naturaleza para alimentarse y resguardarse, se veía afectada por fenómenos ambientales como el calor y el frío, la lluvia y la sequía. Hace alrededor de diez mil años, los seres humanos comenzaron a domesticar animales y plantas, desarrollaron la agricultura, adoptaron una forma de vida sedentaria, y se organizaron primero en aldeas y pueblos y luego

en ciudades. Este nuevo entorno urbano, a su vez, fue conformado por, y dio forma a, la educación, el comercio, el trabajo, la pobreza, y las relaciones sociales, étnicas y de género.

El entorno digital, en cambio, está basado en innovaciones tecnológicas que surgieron en la segunda mitad del siglo veinte, y se consolidó a principios del siglo veintiuno. El mismo no se desarrolla en un vacío: la pandemia es un ejemplo de cómo los tres entornos están relacionados. Un fenómeno natural –un nuevo virus– se difundió velozmente en las ciudades, y las medidas tomadas para frenar los contagios empujaron a la mayor parte de las personas a desarrollar gran parte de su vida en el entorno digital. A pesar de esta interrelación, creemos que la pandemia provee una excelente oportunidad para enfocarnos en el entorno digital, por dos motivos. Primero, su protagonismo creció y se hizo más visible su importancia. Segundo, la novedad del entorno digital está directamente relacionada con su plasticidad. Los seres humanos intervenimos sobre la naturaleza desde nuestros orígenes, prendiendo fuego a bosques, sembrando, atravesando montañas y creando lagos artificiales. Y creamos y recreamos nuestras ciudades, abriendo y cerrando calles, derribando y construyendo edificios. Pero el paso del tiempo afecta la maleabilidad de los entornos, y las oportunidades para transformar aplicaciones, dispositivos, infraestructuras y reglas tácitas y formales en el entorno digital son mayores ahora que lo que serán en unas décadas. Configuramos el entorno digital y este entorno también configura nuestra vida social. En los párrafos que siguen, exploraremos las cuatro principales características del entorno digital en relación con la pandemia de coronavirus y sus secuelas –totalidad, dualidad, conflicto e indeterminación– y proponemos una serie de enfoques para repensar estos temas como ciudadanos digitales.

A pesar del ritmo de los cambios en las últimas dos décadas, que debería reforzar la naturaleza socialmente construida del entorno digital, la mayoría de nosotros lo experimenta como un contexto fijado, que tiende a reforzar las desigualdades de género, clase y étnicas. No experimentamos el entorno digital en el vacío, sino desde posiciones situadas en estructuras sociales previamente existentes, y sesgadas por desigualdades preexistentes.

Totalidad

Aunque el entorno digital incluye diversos dispositivos, aplicaciones e infraestructuras discretas –desde teléfonos celulares y televisores conectados a internet hasta plataformas de mensajería y redes sociales y buscadores, pasando por cableado de fibra óptica, antenas de 4G y torres de servidores diseminadas por todo el planeta– los seres humanos lo vivimos usualmente como un sistema global en que se desarrolla, de manera directa o indirecta, gran parte de nuestra vida. Nunca fue más evidente esto que durante la pandemia. Casi todas nuestras actividades se desarrollaron a través de tecnologías digitales. Desde las cotidianas, como trabajar o estudiar, hasta las extraordinarias, como conocer un nuevo integrante de la familia o, en los casos más tristes, despedir a nuestros seres queridos a través de videollamada. En los primeros meses del aislamiento, hubo “zoom-pleaños”, fiestas por Google Meet, y primeras citas virtuales. Entrábamos y salíamos de las múltiples aplicaciones disponibles de forma fluida, y las usábamos en simultáneo, por ejemplo cuando leíamos nuestro correo electrónico durante una videollamada del trabajo, o posteábamos en Instagram imágenes de almuerzos y cenas compartidos a la distancia.

Esta totalidad es posible por el fenómeno que Andreas Hepp y Nick Couldry llaman “mediatización profunda”, que distingue a los medios digitales de sus análogos mecánicos y eléctricos, en los que leer un libro, hacer una llamada telefónica o incluso mirar un programa de televisión eran actividades que se llevaban a cabo en dispositivos distintos entre sí, con lógicas diferentes de funcionamiento. Al mismo tiempo, las maneras en las que escribimos mensajes de texto, accedemos a noticias, miramos videos en TikTok, realizamos actividades laborales y escolares, y nos comunicamos con nuestras familias a través

de WhatsApp están relacionadas con la forma en que solíamos enviar telegramas, leer diarios, mirar programas de televisión, utilizar birome, lápiz y papel para la educación y el trabajo, y hablar con nuestros contactos a través de la telefonía fija. Esta totalidad del entorno digital, nunca tan evidente como durante la pandemia, nos acompaña en la nueva normalidad: si antes lamentábamos que una amiga o integrante de la familia no pudiera estar en un festejo de cumpleaños, ahora la integramos por videollamada de WhatsApp.

La segunda característica del entorno digital, la dualidad, se refiere a que está construido –y reconstruido– socialmente, pero se vive como algo que escapa al control de cada individuo. A pesar del ritmo de los cambios en las últimas dos décadas, que debería reforzar la naturaleza socialmente construida del entorno digital, la mayoría de nosotros lo experimenta como un contexto fijado, que tiende a reforzar las desigualdades de género, clase y étnicas. Esta dualidad se debe a que no experimentamos el entorno digital en el vacío, sino desde posiciones situadas en estructuras sociales previamente existentes, y sesgadas por desigualdades preexistentes. Por ejemplo, a pesar de que los algoritmos se presentan como herramientas neutrales y asépticas, incluyen desde su creación los prejuicios de sus programadores, como los resultados de traducción de Google que sugerían, hasta hace pocos meses, “enfermera” como traducción del inglés al castellano de “nurse” y “doctor” para “doctor”, aunque los dos términos se utilizan tanto para varones como para mujeres en el idioma original, o los escáneres de aeropuertos que, como documenta Sacha Costanza-Chock, no están preparados para cuerpos transgénero y los señalan siempre como una anomalía.

La dualidad se hizo evidente durante la pandemia, por ejemplo en el ámbito educativo. Muchas instituciones utilizaron programas y aplicaciones pensadas para algunos estudiantes y dispositivos (por ejemplo, clases por Zoom en laptops) sin tener en cuenta que muchos alumnos y alumnas podían estar compartiendo un teléfono celular entre varios integrantes de la familia. Esto reproducía y profundizaba las desigualdades, como documentó Hernán Galperín en su estudio sobre escuelas de Los Ángeles. En ciertos casos, algunas instituciones intentaron resolverlo simplemente entregando laptops a los estudiantes. La investigadora de Microsoft Danah Boyd argumenta que “si un estudiante no tiene internet en casa, el dispositivo es inútil. Si el estudiante tiene miedo de ser asaltado en el camino de la escuela, la tecnología puede presentar nuevos riesgos. Si los padres no hablan [el idioma de la escuela] o no saben utilizar la tecnología, esto puede crear otra barrera”. La tecnología, y la entrega de dispositivos, que aspiraban a reducir desigualdades, terminan ampliando la brecha aún más.

Estas dinámicas de dualidad están relacionadas con la tercera característica del entorno digital: el conflicto. Como este entorno suele ser construido por individuos y grupos con agendas e intereses específicos, y utilizado por otros individuos y grupos que tienen agendas e intereses potencialmente diferentes, e incluso opuestos, el conflicto es simplemente inevitable en la gran mayoría de los casos. A pesar de que, en sus inicios, se esperaba que la internet fuera un contexto en el que se pudiera alcanzar consensos entre sectores muy distintos, en la práctica, dos características de las tecnologías digitales conspiran contra la posibilidad de llegar a acuerdos: su estructura de “el ganador o ganadora se lleva todo”, y la tendencia de los discursos online

El entorno digital, en cambio, está basado en innovaciones tecnológicas que surgieron en la segunda mitad del siglo veinte, y se consolidó a principios del siglo veintiuno.

a intensificar las posiciones preexistentes. Más que intentar erradicar el conflicto, deberíamos aceptarlo como inevitable, y trabajar por ir resolviendo cada conflicto cuando se presenta, aunque sea de manera temporaria.

En enero de 2021, durante la pandemia, hubo un ejemplo de conflicto que se preanunció por redes sociales, se concretó en el entorno urbano y tuvo consecuencias en el entorno digital. Los posteos del entonces presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, llamaban a sus votantes a rebelarse contra la proclamación de Joseph Biden como presidente. Un grupo de estos partidarios, el día que el Congreso iba a establecer los ganadores de la contienda electoral, irrumpió en el Capitolio de manera violenta, invadiendo despachos de legisladores e intentando robar objetos de valor. En esa invasión cinco personas, incluyendo un integrante de la policía del Capitolio, perdieron la vida. Sin embargo, y más allá de las acciones legales iniciadas contra algunos de los manifestantes, el principal castigo a Donald Trump fue la prohibición, tanto de Facebook como de Twitter, de poder volver a acceder y usar su perfil. Esta suspensión no estuvo exenta de conflicto. ¿Pueden dos plataformas digitales prohibir al presidente de los Estados Unidos que suba material, para comunicarse con sus millones de seguidores? ¿Qué deberían hacer con el lenguaje que incita a la rebelión armada?

Las dos condiciones del entorno digital que posibilitan el conflicto –el ganador se lleva todo, y la profundización de tendencias preexistentes– se perciben en este episodio. Primero, la creciente polarización de algunos seguidores de Trump desembocó en los llamados a tomar el Capitolio por la fuerza. Luego del ataque, la suspensión impide a Trump mantener su capacidad de llegada. Hay otras plataformas de redes sociales, pero Facebook y Twitter eran cruciales para sus objetivos. De hecho, Trump ya lleva dos intentos de lanzamientos de redes sociales alternativas, las dos con muy poco éxito: muy pocas personas querrían armar un perfil para comunicarse exclusivamente con Trump, por más partidarios suyos que sean.

El conflicto por la regulación de mensajes violentos o falsos también apareció respecto de quienes primero dudaban de la existencia de la enfermedad y luego difundían tratamientos inútiles o directamente nocivos para la salud, como la recomendación de ingerir dióxido de cloro ¿Quién debería regular las plataformas de redes sociales? ¿Con qué objetivos? ¿Sobre qué jurisdicción actuaría? ¿A quién le rendiría cuentas ese regulador? Son solo algunos de los potenciales interrogantes causados por la centralidad del conflicto en el entorno digital.

A su vez, estas preguntas están relacionadas con la cuarta característica del entorno digital: su indeterminación. Muchos de los relatos periodísticos y populares sobre el entorno digital suelen proponer la llegada y expansión de un futuro distópico, plagado por la información falsa, la pérdida de privacidad y la automati-





Muchos de los relatos periodísticos y populares sobre el entorno digital suelen proponer la llegada y expansión de un futuro distópico, plagado por la información falsa, la pérdida de privacidad y la automatización que amenaza trabajos.

zación que amenaza trabajos. Sin embargo, la combinación de dualidad y conflicto en las decisiones y acciones de seres humanos en la creación, circulación y regulación de nuevas tecnologías, así como las inevitables discusiones que se derivan de los intereses en conflicto de los grupos involucrados, indican que los resultados de estos desarrollos no pueden establecerse de antemano. Lo que ocurrirá en el entorno digital es indeterminado. Desde ya, la combinación de desigualdades e intereses pre-existentes hace que algunos efectos puedan ser más probables que otros, pero de todas maneras los seres humanos retenemos la capacidad de hacer las cosas de forma distinta.

Durante el aislamiento y las cuarentenas moldeamos el entorno digital, tanto para hacernos compañía como para trabajar, protestar y disfrutar de nuestro tiempo libre. Por ejemplo, las aplicaciones de videollamada se amoldaron a pedidos y necesidades de sus usuarias y usuarios, como borrar o directamente ocultar el fondo, para preservar la privacidad del hogar. Docentes de todos los niveles, desde jardín de infantes hasta universitarios, adaptaron sus clases a las nuevas condiciones y, en el proceso, tal vez hayan cambiado la forma de dar sus clases para siempre. Actores y actrices de teatro descubrieron nuevas formas de compartir su trabajo, profesores de música y gimnasia se acostumbraron a trabajar con personas a una pantalla de distancia,

muchos trabajos descubrieron que no es necesario ir cinco días a la semana durante ocho horas a la oficina: se puede colaborar igual de bien con algo de tiempo a la distancia –y, de paso, ahorrar alquiler de oficinas–.

La indeterminación, aunque presente en el entorno digital, concierne a toda la actividad humana. Sin embargo, en el todavía novel entorno digital es donde más probabilidades tenemos de cambiar algunas reglas e incluso la infraestructura. Como escribió Marx en el Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte, “los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen a su libre arbitrio, bajo circunstancias elegidas por ellos mismos, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y les han sido legadas por el pasado”.

¿Cómo queremos hacer nuestra historia en el entorno digital? ¿Qué reglas querríamos cambiar? ¿Cómo definir los alcances de la privacidad? ¿Cómo debería definirse la compensación salarial por el trabajo online o en plataformas digitales? ¿Cuál es el rol de las empresas dueñas de –en ocasiones– varias plataformas de comunicación, y cuál el del Estado? ¿Qué querríamos cambiar como consumidores y ciudadanos?

En este tiempo que pasó desde que se identificó un nuevo coronavirus hasta ahora, hemos aprendido a adaptarnos a circunstancias en las que jamás habíamos pensado estar. Porque



(Este texto está basado en nuestro libro *El Entorno Digital*, de próxima publicación por Editorial Siglo XXI.)

pudo desarrollarse en el entorno digital, la vida no se detuvo, sino que cambió de lugar. Esa mudanza a las pantallas tuvo consecuencias que no hubiéramos podido imaginar, pero que resaltan la importancia creciente de este entorno para nuestra vida cotidiana. Así como el entorno urbano –las ciudades– pasó por transformaciones que todavía no podemos terminar de evaluar –el abandono de las zonas de oficinas, la peatonalización de algunas calles–, el entorno digital también ha cambiado, y aún más importante, cambió nuestra percepción de este entorno. ¿Deberíamos ir a la oficina todos los días? ¿Cuántas de nuestras reuniones podrían haber sido una videollamada? ¿Y cuántas de nuestras videollamadas podrían haber sido un mail? ¿Es necesario acercarse hasta el consultorio de un profesional para una sesión de terapia? ¿Podemos aprender un idioma, a tocar un instrumento, o preparar pastelería por Zoom? ¿Cómo integrar lo digital y lo presencial en los distintos niveles educativos?

Todas estas preguntas están indefectiblemente ligadas al entorno digital: cómo es, cómo nos gustaría que sea, y qué queremos hacer para cambiarlo o preservarlo. Así como nos hacemos responsables por el medio ambiente, y cuidamos y buscamos intervenir en nuestras ciudades, deberíamos pensar cómo queremos que sea nuestro entorno digital.

Referencias bibliográficas

- Costanza-Chock, S. (2020). *Design justice: Community-led practices to build the worlds we need*. The MIT Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. John Wiley & Sons.



LOS/AS AUTORES/AS POSTULAN QUE EXISTE UN TIPO DE ENUNCIACIÓN MEDIÁTICA ATRAVESADA POR UNA MATRIZ ETNO Y PORTEÑOCÉNTRICA QUE SE REPLEGÓ AL COMIENZO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 PARA LUEGO DESPLEGARSE RECARGADA, Y EN DIFERENTES FASES, SOBRE LA NOTICIABILIDAD DEL CONURBANO Y LAS VILLAS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.

ESTAMOS EN EL AIRE, ¿SALIMOS MEJORES? SUBALTERNIDAD, TERRITORIO Y MEDIOS DURANTE LA PANDEMIA





por **MARÍA GRACIELA RODRÍGUEZ**. Doctora en Ciencias Sociales, Magíster en Sociología de la Cultura y Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Docente e investigadora en UBA y UNSAM.

por **LUCRECIA GRINGAUZ**. Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Historia (IDAES-UNSAM) y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Es investigadora y docente en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

por **BÁRBARA MASTRONARDI**. Magíster en Comunicación y Cultura (UBA), Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA) y docente de la Escuela IDAES-UNSAM.

por **MAURO VÁZQUEZ**. Doctorando en Ciencias Sociales (IDES-UNGS), Magíster en Comunicación y Cultura (UBA), Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA) y docente e investigador de la Escuela IDAES-UNSAM y de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

por **SEBASTIÁN SETTANNI**. Doctorando en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural (IDAES-UNSAM), Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA), y docente e investigador de la Escuela IDAES-UNSAM y de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

Nuestro planteo es que las representaciones mediáticas de la subalternidad tienden a sobrerrepresentar las diferencias culturales y a diluir en ellas la(s) desigualdad(es).

Estamos en El Pueblito, un barrio muy particular”, comenta a cámara Martín Ciccioli, conductor del programa “Lado C” y cronista del noticiero “Telenoche”. Es agosto de 2020. Está caminando por los pasillos de la villa El Pueblito, en Valentín Alsina, partido de Lanús. Sus programas suelen redundar en eso: caminar zonas marginalizadas de la ciudad de Buenos Aires y el conurbano para mostrar faltas, carencias, pobreza, inseguridades y delitos.

–Se están prendiendo fuego muchas casas –continúa–. ¿Cómo se combina esto con el Covid? Ante la falta de olfato nadie se da cuenta de que la casa se está prendiendo fuego.

Los cronistas y noteros de los canales de televisión han regresado a los barrios populares luego de varios meses de confinamiento estricto por la pandemia de Covid-19. Esas precarias casas, parece decir el cronista, se incendian por la falta de olfato de sus propietarios. La distancia entre el enunciador televisivo y los sujetos y espacios representados parece enorme. Y sin embargo, al comienzo de la pandemia, las cosas no fueron así.

Hace diez años venimos trabajando sobre la configuración de un tipo de posición enunciativa mediática a partir de la cual la subalternidad es hablada, mirada y tematizada por otros. A lo largo del período 2020-2022, constatamos dos momentos en los cuales esa posición se combinó de modos diferentes: al comienzo de la pandemia de Covid-19 se replegó, y luego, lentamente, volvió a desplegarse recargada, recayendo, especialmente, sobre la noticiabilidad del conurbano y las villas de la ciudad de Buenos Aires. Este trabajo, en efecto, trata sobre esa cronología mediática de la subalternidad territorial en pandemia.

La matriz de enunciación mediática

Durante aquel tiempo que la pandemia reescribió como la “vieja” normalidad, nuestras investigaciones nos condujeron a la identificación de tres centrismos constitutivos del punto de vista hegemónico de los discursos de los medios de comunicación. En torno de esas tres dimensiones definimos la matriz de enunciación mediática como hétero-patriarcalcéntrica, etnocéntrica y porteñocéntrica.

En la articulación de esas dimensiones, asumimos, se fue construyendo una mirada y un decir sobre lo social que, desde y por los medios masivos de comunicación, no ha hecho más que confirmar, reproducir y expandir relaciones de poder preexistentes. Relaciones estructuradas por una suerte de evidente –y por eso mismo indiscutida– posición de legitimidad, dada por la pertenencia de clase, sexo-genérica, de etnia y ubicación socio-geográfica. Relaciones articuladas, así, sobre unos sentidos (comunes) que los mismos medios han colaborado en construir, y de los que también son producto.

Entonces, nuestro planteo es que dentro de una enunciación configurada sobre esas tres dimensiones (el hétero-patriarcalcentrismo, el porteñocentrismo, el etnocentrismo), las representaciones mediáticas de la subalternidad tienden a sobrerepresentar las diferencias culturales y a diluir en ellas la(s) desigualdad(es).

Sin embargo, el notorio poder para sacudir normalidades que ha portado la pandemia nos obliga a revisar este modo general de funcionamiento y nos permite pensar algunos desajustes sobre esa acendrada modalidad de enunciación. Como expondremos a continuación, en el marco de un devenir propio de la situación pandémica, es posible identificar matices y tensiones en dicha articulación y posición enunciativa.

Hubo un tiempo que fue hermoso

La cuarentena sanitaria a raíz de la llegada del Covid-19 a la Argentina supuso el repliegue no solamente de todos los habitantes de la nación del espacio público hacia el ámbito doméstico sino también de las características salientes de la matriz de enunciación mediática que sintetizamos anteriormente.

Decretado el primer aislamiento social preventivo obligatorio, los medios masivos de comunicación aunaron esfuerzos con el Estado nacional y participaron de las campañas públicas en pos de concientizar a toda la población para frenar el avance del coronavirus. Se trataba de un problema que invitaba a olvidar las diferencias, y a barrer las desigualdades porque se estaba en presencia de un virus desconocido que no distinguía cuestiones socio-geográficas, de clase, ni sexo-genéricas.

El *nosotros* inclusivo construido no dejaba a ningún habitante de la nación afuera. “Al virus lo frenamos entre todos. Viralicemos la responsabilidad”, afirmaban las tapas de los principales medios gráficos de la nación al comienzo de la cuarentena, a partir de una iniciativa de la Secretaría de Medios y Comunicación Pública de la Nación, junto a la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas, que se replicó en los medios audiovisuales y en las redes sociales. Para derrotar al virus era necesaria una labor colectiva que necesariamente debía dejar atrás las diferencias socio-geográficas, de clase, de género y sexualidades.

Sin embargo, se trató de una acción momentánea y fugaz. Pronto comenzó a resquebrajarse y, a las pocas semanas de iniciada la cuarentena, la matriz de enunciación mediática fue recobrando su histórica fisonomía, resaltando, en ese proceso, sus aspectos etno y porteñocéntricos. De a poco se fue evidenciando el poder de sanción de los medios de comunicación sobre ciertos ciudadanos particulares que no cumplían con la cuarentena. Y, al mismo tiempo, el *nosotros* construido en el primer momento desde la superficie mediática dejaba atrás sus rasgos inclusivos y reestablecía las diferencias en torno a cuestiones socio-geográficas y de clase, dos de los aspectos salientes del enunciador mediático.

“Hay casos en todos los asentamientos” (Canal 13 - 5/5/2020);

“Un mundo de gente en conurbano bonaerense” (A24 -

27/3/2020); “Confirman 223 casos en las villas porteñas” (Telefé - 4/5/2020), se leía y escuchaba en algunos canales de televisión por aquellos días, acompañados de imágenes en las que abundaban los primeros planos de quienes habitan dichos territorios. Una novedad en tiempos de pandemia tras la (efímera) unidad nacional que, rápidamente, dejará en claro que este enunciador etno y porteñocéntrico había decidido ponerle fin a la (su) cuarentena.

Volver, qué ganas de volver

La recuperación de la matriz empezó con un video amateur. Entre el 9 y el 10 de abril de 2020 circuló en las redacciones de los principales medios un video casero de la villa 1-11-14 con las calles llenas de gente y vendedores ambulantes. Quien lo filma dice que allí nadie del gobierno hace cumplir la cuarentena. Ese video será leído como génesis del brote de Covid que acontecerá en mayo en las villas, porque a la villa nunca se la enuncia en singular: siempre una villa es, también, *todas* las villas. Pero lo que brotó con mayor virulencia no fue el Covid, sino la visualización problematizante de esos barrios. Ese lugar que el enunciador televisivo moldeó como distante y distinto, locación de un quiebre social, cultural y económico, con sus faltas y necesidades, aparecía como un peligro a la salud pública. Al igual que el conurbano: el noticiero de América TV lo describía como una “bomba bacteriológica”.

El principal problema marcado fue el hacinamiento. El confinamiento es impracticable en la villa, sostenía la mayor parte de los medios. Esa enunciación se distanciaba arquitectónica (argumentando el poco espacio en esos barrios) y socialmente (por las “necesidades” de sus habitantes). “Imágenes impactantes: el barrio 1-11-14 sin cuarentena”, titulaba el programa de la tarde de América TV en esos días. “Esa gente está todo el día de cara con la muerte”, decía, justificando la aglomeración, una columnista de ese show conducido por Alejandro Fantino. “Para nosotros es fácil decirlo”, cerraba otra. “Ahí hay necesidad”, insistía otro, “una actividad de subsistencia”. En “Telenoche” la cuestión no era muy diferente: “Crecen los infectados en la villa 31”. Desde el porteñocentrismo del enunciador, un peligro amenazaba con avanzar hacia el resto de la ciudad.

La empatía, sin embargo, define el registro de este primer distanciamiento. El 13 de mayo de 2020 el noticiero “Telenoche” muestra la nota “Sanidad artesanal”, sobre las medidas implementadas por vecinos de la 1-11-14 ante el coronavirus: “Cómo los vecinos organizados le dan batalla al coronavirus”, dice el cronista. Les vecinos del barrio arman protocolos, desinfectan, reparten barbijos. El Estado está ausente, dicen vecinos y también el enunciador; los rostros y acciones se bañan del tono del modelo: la villa es un ejemplo. De hecho, vuelve a aparecer vacía. “Es muy lindo ver cómo la gente se organiza”, concluye la conductora del noticiero. Son *gente*. La unidad parecía sobrevivir.



Decretado el primer aislamiento social preventivo obligatorio, los medios masivos de comunicación aunaron esfuerzos con el Estado nacional y participaron de las campañas públicas en pos de concientizar a toda la población para frenar el avance del coronavirus.

Cercamiento

Entrar en una villa es un artificio retórico y enunciativo consolidado en las representaciones audiovisuales del realismo televisivo. Noticieros y programas documentales lo emplean a modo de indicador de la discontinuidad urbana y social que define su mediatización de las villas. Los programas documentales televisivos (como *Ser Urbano*, *La Liga*, *GPS*, *Lado C* o *Esta es mi villa*), forjadores de la marginalidad como materia prima televisiva, insisten desde hace veinte años en la escenificación del ingreso del cronista al barrio como modo de organizar discontinuidades sociales. Y trazar, así, límites urbanos y desigualdades en(tre) la ciudad y su conurbano.

El 25 de mayo de 2020, ante el aumento exponencial de los casos de Covid-19 en Villa Azul, en los partidos de Avellaneda y Quilmes, las fuerzas de seguridad de la provincia de Buenos Aires cerraron el barrio. Tres días después del cierre de Villa Azul, la pandemia, en tanto evento periodístico, se afianzó como un problema arquitectónico, urbanístico y social: solo parecía expandirse en los “barrios vulnerables” o “barrios populares”, como se les decía. Crecía, se multiplicaba y ocupaba noticieros y emisiones en vivo: las informaciones sobre aumentos de casos de Covid-19 en el “Barrio 31”, en Zavaleta, en la 20, y otras más, eran centrales. El distanciamiento social es imposible, repetían cronistas y conductores. “¿Existe la posibilidad de que haya casos como el de Villa Azul, que se empiecen a cerrar barrios?”

preguntaba el conductor del noticiero de América TV. Virus y villas entraban en un coqueteo de sinonimias. Y el cercamiento se perfilaba como la solución.

Esa costumbre de erigir límites sobre espacios urbanos le daba al dispositivo televisivo la experiencia y el conocimiento técnico de enunciar la marginalidad en el confinamiento. Aunque los obligó también a innovar. Las cámaras habían quedado afuera, en la entrada al barrio, por lo que la única imagen a mano era el cerco policial, el plano general, el dron o el zoom a distancia de casas, pasillos y vecinos. Puro dispositivo técnico. Distante, falto de presencia.

C5N, en ese tono, presentó la entrevista a Mariano, un vecino de Villa Azul, en vivo, en directo, “desde adentro”, a través de su teléfono celular. “Villa Azul por dentro: ¿cómo es sobrevivir a la pandemia?”, señalaba el videograph. “Es muy interesante hablar con ellos, los protagonistas que están en el lugar, y cuál es la mirada de quienes han modificado su realidad”, comentaba el conductor. El dispositivo audiovisual parecía dar la voz y la imagen al otre: no solo era su palabra sino también su *mirada*, que era la de la cámara del celular. Mariano enfocaba su casa, el patio que comparte con sus hermanos, pasillos, vecinos, lugares inundados, una dependencia de la ANSES. Pero su registro audiovisual permanecía como fondo sobre el cual el enunciador televisivo conservaba la guía, las órdenes, la opinión, la legitimidad en la definición de la problemática. “Mostranos tu casa”, le decía la conductora, y lo repetía con el patio, el pasillo, la inundación, mientras el conductor editorializaba. El registro audiovisual había quedado fuera pero la matriz enunciativa se las ingeniaba para insistir en organizar la diferencia y la desigualdad.

Inseguridades

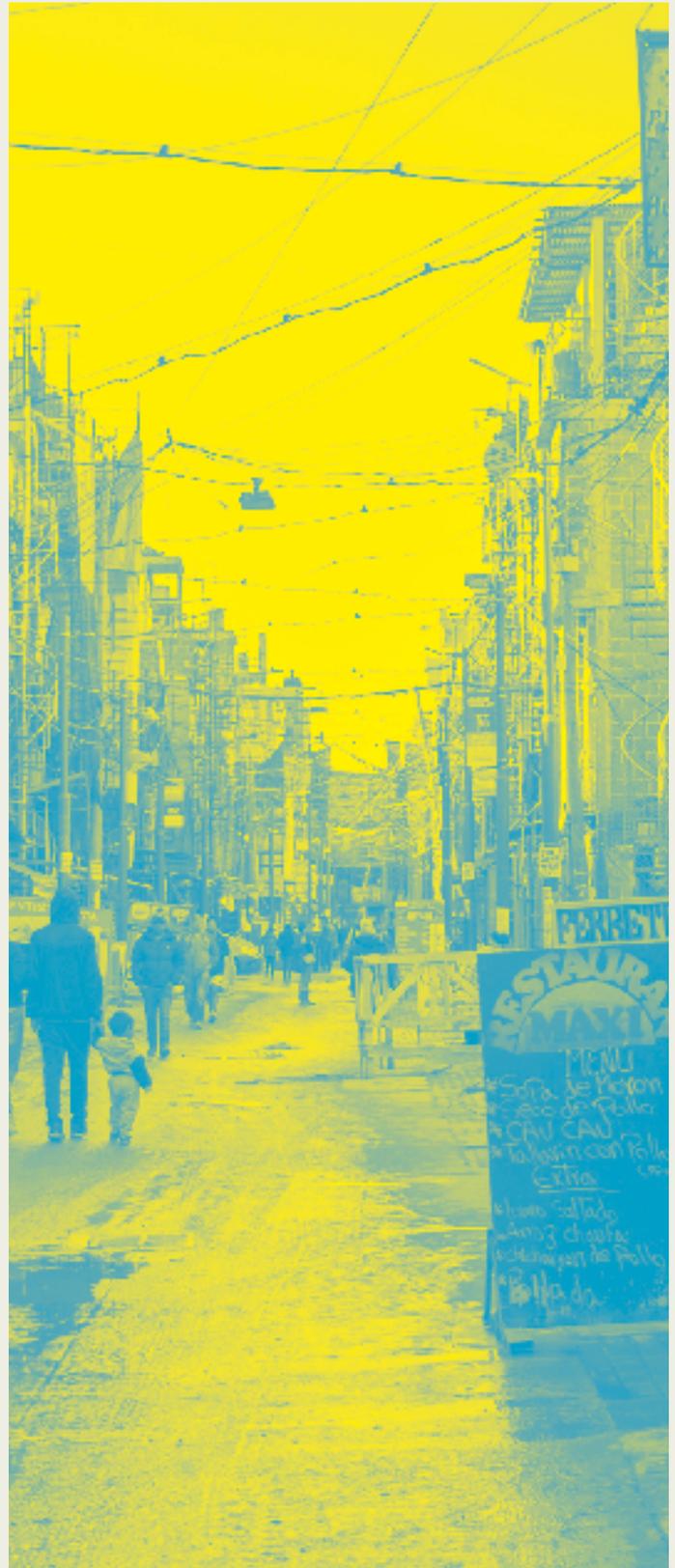
Con Villa Azul reaparece, tímidamente, un tópico recurrente en la visualización de estas urbanidades: la (in)seguridad. La policía está rodeando el barrio. Hablan de zonas inseguras, “picantes”. Y esa lógica prende con otros barrios. Con una cámara ocultada en una moto el noticiero de América TV, a finales de mayo, registra el barrio Zavaleta y marca, deteniendo la imagen y con un círculo, a quienes no tienen barbijo, toman de la misma cerveza o juegan al piki-voley. Son rostros sin barbijo. Personas marcadas visualmente. “Descontrol en Villa Zavaleta”, titulan. La distancia, aquí, se convierte en registro policial: patrullar, controlar, marcar e identificar sujetos y acciones. Una visibilidad perfecta. Hay, sin embargo, personas desmarcadas. Cuando en junio y julio comienzan a darse las primeras infracciones masivas de los protocolos, con fiestas clandestinas y aglomeraciones en plazas y parques de la ciudad, los transgresores, de clase media, no aparecen, lo hacen desde lejos o directamente se los ve de espaldas o con sus rostros blureados. La visibilidad se enrarece y difumina. Bastante diferente a la de los juerguistas del conurbano o de las villas, visualizados generalmente en primer plano, con lujo de detalles e incluso hablando. La matriz de representación reutiliza sus recursos técnicos de diferenciación y encubrimiento. No son las mismas fiestas, ni los mismos usuarios. El género y el enunciador parecen estabilizarse luego del sacudón pandémico. Hacia fines del mes de junio las noticias sobre el conurbano y las villas comienzan a ser atravesadas por el contorno del tono policial y de seguridad. Así aparece el tópico de la inseguridad como problema que avanza a la par de la pandemia. El 24 de junio “Telenoche” ingresa a “Villa Fiorito ATR” y nos muestra

A las pocas semanas de iniciada la cuarentena, la matriz de enunciación mediática fue recobrando su histórica fisonomía, resaltando, en ese proceso, sus aspectos etno y porteñocéntricos.

cómo allí “el miedo a perderlo todo es más grande que el miedo al virus”. Durante la recorrida, el cronista centra todas sus preguntas en qué hacer si tienen que abandonar sus casas por un resultado positivo: “Si vienen de puerta a puerta y te dicen que hay que hacer hisopado ¿qué hacés?”. “Me lo hago”, contesta el entrevistado. “¿Y si das positivo, qué hacés?”, se repite a lo largo de todo el programa. Todos los testimonios giran en torno al mismo tipo de respuesta: “Me internan hoy y (...) se llevan todo (...) me voy de última cuando ya no pueda respirar”. El miedo y la inseguridad han recuperado el tono en estos relatos sobre la subalternidad. Y la matriz vuelve a enseñorearse sobre las representaciones visuales de esos barrios, calles y vecinos.

Epílogo

Martín Ciccioli, el notero de lo marginal en Canal 13, está arriba de un automóvil que viaja por la autopista. Es diciembre de 2020, y la cuarentena se ha permeado bastante. Mira hacia atrás, hacia la cámara, y dice que está regresando a Villa Azul, “el barrio que se hizo conocido por el cerrojo”, para ver “si empezó la solución en el barrio más hacinado del conurbano bonaerense”. Recorre el barrio, habla con vecinos, se mete en sus casas, los para en la calle y les pregunta si piensan vacunarse o si vieron operativos de vacunación. Huelga decir que la vuelta no solo es del cronista sino también de la matriz. El enunciador volvió a entrar al barrio, a caminarlo, a marcarlo con los índices de su presencia, sus distancias y desigualdades. Las reglas del género se han recompuesto, con fuerza, casi indemnes, del distanciamiento social. Y la distancia volvió a erigirse como eje de representación. El enunciador, luego de oscilar, regresó a su posición central.





PERCEPCIÓN SUBJETIVA DE RIESGO E IDENTIDADES POLÍTICAS EN BRASIL

EL ARTÍCULO PRESENTA RESULTADOS DE UN ESTUDIO SOBRE LA ACTIVACIÓN DE ENCUADRES EN REDES SOCIALES REALIZADO DURANTE LOS PRIMEROS MESES DE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN BRASIL. LOS RESULTADOS MUESTRAN DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LA EXPECTATIVA DE CONTRAER COVID-19 ENTRE QUIENES APOYAN AL OFICIALISMO Y QUIENES EMPATIZAN CON LA OPOSICIÓN.

por **ERNESTO CALVO**. *Doctor por la Universidad de Northwestern. Profesor de Gobierno y Política de la Universidad de Maryland y director del Laboratorio Interdisciplinario para las Ciencias Sociales Computacionales (iLCSS).*

por **TIAGO VENTURA**. *Doctor por la Universidad de Maryland. Profesor en la Escuela de Políticas Públicas McCourt de la Universidad de Georgetown.*

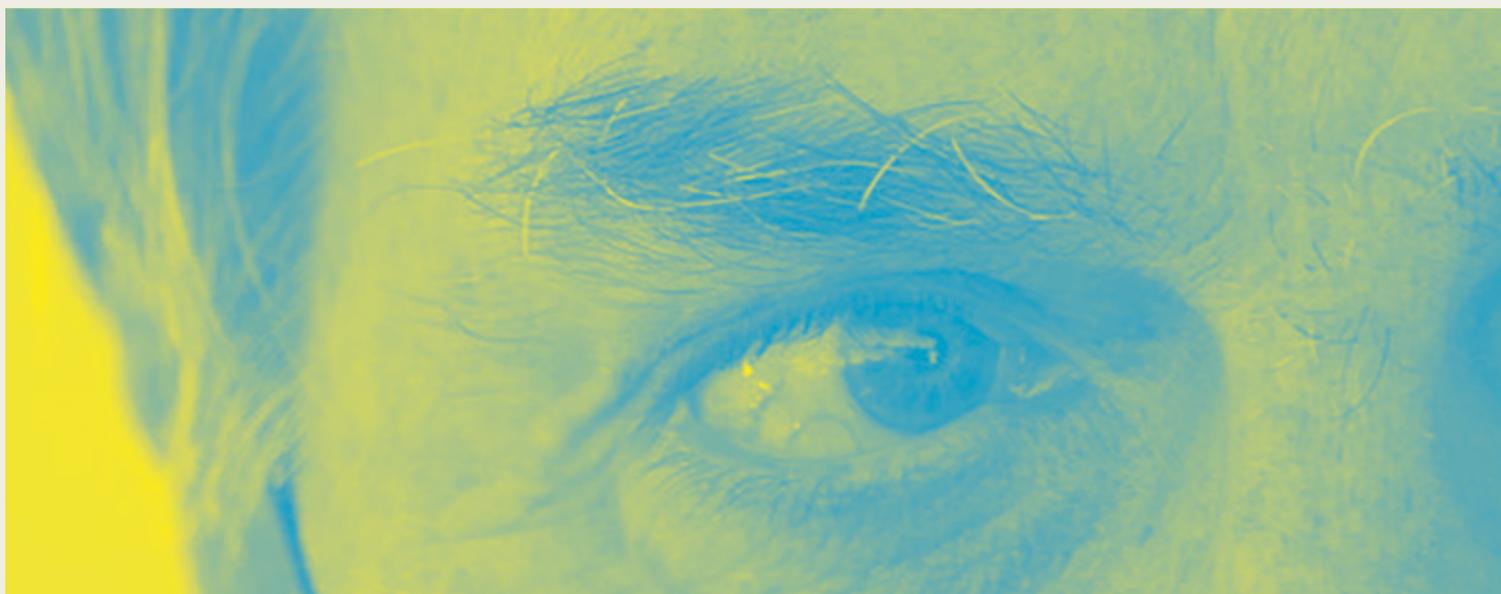
Si Mauricio Macri o Fernando Haddad hubiesen ganado la elección presidencial de Argentina o Brasil, respectivamente, la cantidad de fallecimientos por Covid-19 sería considerablemente más alta”, aseguran en el oficialismo. “No, sería más baja”, dicen desde la oposición. Como ocurre con todo contrafáctico, nunca lo sabremos. Podemos especular, sumar pruebas y evaluar antecedentes, pero entre todos los mundos posibles nos toca vivir en este y solo en este. El mundo de “peor no se pueden hacer las cosas” o, alternativamente, “se imaginan lo que habría sido si [Macri|Haddad] era presidente”, existe solo en proyecciones creadas por nuestras creencias y afectos políticos.

Esta es la diferencia fundamental entre predecir “cómo habría sido” y explicar “por qué fue como fue”. Gardner y Tetlock (2016) describen extensamente la asimetría que existe entre la seguridad con la que explicamos el pasado (“la mirada en el espejo retrovisor”) y nuestra incapacidad para predecir eventos en el futuro (la mirada hacia adelante). Aun cuando creamos elaboradas justificaciones para explicar causalmente el pasado, las mismas reglas no nos ayudan a predecir el futuro. También para Daniel Kahneman (2011), la diferencia entre nuestra confianza al explicar el pasado y nuestra dificultad para predecir el futuro

expresa la falibilidad de la *intuición experta*. El exceso de confianza que es resultado del *razonamiento motivado*, “estamos seguros de nuestras creencias porque buscamos solo aquellos datos que las confirman”, es inconsistente con nuestra baja capacidad para predecir lo que vendrá.

La asimetría entre nuestras certezas sobre el pasado y nuestra incertidumbre sobre el futuro es replicada constantemente cuando pensamos en los primeros días de la pandemia y los comparamos con nuestras creencias dos años después. Cuando respondemos a la pregunta “¿Me puedo contagiar de Covid-19?” de cara al futuro y cuando lo comparamos con “¿Tuvo usted Covid-19?” dos años después, esperamos que nuestras creencias políticas afecten más lo que esperamos del futuro que lo que sabemos del pasado.

La probabilidad de enfermarse no debería ser muy distinta entre individuos de un mismo género, edad, nivel socioeconómico y lugar de residencia. Sin embargo, nuestra percepción subjetiva de contagio está íntimamente ligada a interpretaciones sobre riesgos colectivos que son informados por nuestras creencias y nuestros afectos políticos. Por lo tanto, de cara al futuro, las probabilidades de enfermarse de un *peronista* y un *cambiemista* son mucho más distintas entre sí que las tasas de Covid-19 mirando el pasado.



¿Me voy a contagiar de Covid-19?

La pregunta es difícil de contestar. Requiere que pensemos en mecanismos, probabilidades y diferencias inter-grupales, en un contexto en el cual la información es escasa. En su lugar, sustituimos mecanismos y probabilidades por preguntas más simples pero irrelevantes al predecir si nos infectaremos el virus de Covid-19. Por ejemplo: “¿Me gusta este gobierno?”.

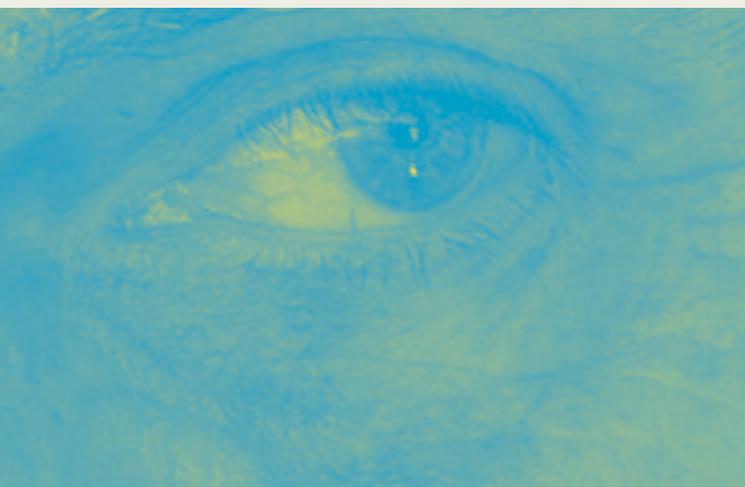
En otras palabras, frente a una pregunta para la cual no tenemos respuesta (“¿Cuán probable es que me contagie?”), anteponemos una pregunta más simple para la que sí tenemos una respuesta (“¿Cuánto me gusta este gobierno?”). El hecho de que nos guste o no el actual gobierno no debería incidir en la probabilidad de contagiarnos y, más importante aún, al comienzo de la pandemia habría sido casi imposible anticipar la tasa esperada de Covid-19 entre la población para cualquier gobierno. Incapaces de evaluar *ex-ante* cuál es la respuesta sanitaria apropiada, carecemos de información para saber si el gobierno que odiamos podría ser más exitoso que aquel que votamos.

Dado que la pregunta “¿Me puedo contagiar de Covid-19?” o “¿Afectará el Covid-19 mi salud?” es reemplazada por preguntas más simples pero no necesariamente relevantes –“¿Me gusta este gobierno?”–, podemos realizar experimentos en los cuales exponemos a distintos encuestados a información política para observar en qué medida la identificación partidaria modula las percepciones subjetivas de riesgo. Por ejemplo, si le mostramos a un votante brasileño la cara enojada de Jair Bolsonaro y a otro votante la cara sonriente de Bolsonaro, ¿obtendremos una respuesta distinta respecto de la probabilidad de contagio? ¿Debería esta información ser relevante?

¿Por qué me contagié de Covid-19?

Así como podemos modular la percepción subjetiva del riesgo sanitario, también es posible proponer algunas respuestas que describen probabilidades en el pasado: “En el espejo retrovisor”. Consideremos, por ejemplo, una pregunta sobre la cantidad de muertos por Covid-19 que tienen la Argentina o Brasil. Existe un valor de referencia (un “ancla” cognitiva) que no conocemos y, al introducir información política, es posible modificar este valor para que sea mayor o menor al que esperaríamos si *otro* gobierno estuviese en el poder. Si “otro” presidente hubiese sido elegido, el total de muertos sería mayor o menor, reportamos confiados dependiendo de nuestra afiliación como *petista* o *bolsonarista* (“el número de muertos sería considerablemente más [alto/bajo]”). La pregunta “¿Me puedo contagiar de Covid-19?”, por lo tanto, combina datos “duros” del mundo (“la mirada externa”, como la describe Daniel Kahneman) con percepciones subjetivas respecto de nuestro lugar en el mundo (“la mirada interna”), donde las lealtades políticas alteran las probabilidades de enfermarnos en función de nuestras creencias y afectos. Es por eso que la pregunta “¿Me voy a enfermar de Covid-19?” es sensible a distintos encuadres tales como “¿Cuán responsable es el gobierno por el [muy alto|muy bajo] número de muertos por Covid-19?”. La pregunta “¿Me voy a enfermar de Covid-19?” es, por lo tanto, sustituida por otras preguntas más simples que atribuyen responsabilidad (y control) a los actores políticos, aun si no disponemos de información para justificar esta asociación: “Si este gobierno no estuviera en el poder mi probabilidad de contagio sería mucho [mayor|menor]”. Por supuesto, ese “menor” o “mayor” representa desviaciones de la tasa media que esperaríamos si la política fuera trivial para evaluar nuestro riesgo de contagio o la severidad de la enfermedad.

En las siguientes secciones presentamos resultados de una encuesta que modula el “ancla” subjetiva de los votantes que se identifican con Jair Bolsonaro y con Fernando Haddad. El objetivo es clarificar la relación entre identidad partidaria y percepción subjetiva de riesgo en los inicios de la pandemia.



Riesgo y pandemia

En 1982, Daniel Kahneman y Amos Tversky (1985) publicaron uno de los trabajos fundacionales de la teoría prospectiva, la cual vincula encuadres comunicacionales y percepciones subjetivas de riesgo. La teoría propuesta por Kahneman y Tversky no incorpora encuadres políticos sino comunicacionales, mostrando que encuadres que enfatizaban la probabilidad de ganar recursos aumentan la aceptación del riesgo [*risk acceptance*], en tanto que encuadres que enfatizan la pérdida de recursos incrementan la aversión al riesgo [*risk aversion*].

Distintos encuadres alteran no solo la percepción cualitativa de riesgo sanitario sino también la visibilidad de dicho riesgo, al influir en la importancia [*saliency*] y accesibilidad [*online memory processing*] de la pandemia. Por ejemplo, la pregunta “¿Cuán probable es que usted se contagie de Covid-19, una enfermedad por la que han muerto 5 millones de personas?” no debería producir una respuesta distinta a “¿Cuán probable es que usted se contagie de Covid-19?”, dado que la gravedad de la enfermedad no está vinculada con su tasa de propagación. La tasa de 5 millones de muertes describe la letalidad de Covid-19 condicional al número de casos, no la probabilidad de que nos contagiemos.

Sin embargo, moduladores de la severidad de una enfermedad también son un sustituto de la información que no tenemos. Un encuadre que enfatiza las consecuencias negativas de enfermarse (“mayor riesgo de muerte”) aumenta la percepción de riesgo de contagiarnos porque las consecuencias de un contagio son más serias. La angustia producida por un encuadre que enfatiza el riesgo de internación y muerte magnifica la percepción del riesgo de contagio, aun cuando contagio y letalidad pueden ser disociados como ocurre con la introducción de las actuales vacunas contra el Covid-19.

El aumento de la polarización política es también un modulador del riesgo sanitario. La pregunta “¿Cuán probable es que me contagie de Covid-19 si nos gobierna un presidente con el que no estoy de acuerdo?” debería producir una tasa de respuesta similar a “¿Cuán probable es que me contagie de Covid-19 si nos gobierna un presidente al que detesto?”.

Sin embargo, *detestar* tiene una carga negativa mucho mayor que *no acordar*. Alguien a quien detestamos “es capaz de matarme porque es una basura de persona”. En cambio, alguien con quien no acordamos “puede querer cuidar mi salud”. El acto de sustitución de la pregunta difícil (“me puedo contagiar de Covid-19”) por la pregunta sencilla (“detesto este gobierno y dudo que cualquier cosa que hagan nos ayude”) explica que un aumento en la polarización afectiva produzca un incremento en la percepción de

riesgo sanitario, algo que ha sido documentado en muchos estudios sobre *juicios expertos* (Iyengar y Westwood, 2015; Green et al., 2004). Durante la actual pandemia, gran cantidad de estudios han documentado diferencias más pronunciadas en la percepción de riesgo sanitario entre votantes de países en los que la polarización es mayor (Alcott et al., 2020).

Comprender el efecto de la política en las percepciones de riesgo fue una de las dificultades más notables en los intentos de gestionar la política sanitaria durante la pandemia. Desde sus inicios, el distanciamiento social se convirtió en la respuesta de salud pública más importante implementada por todos los gobiernos. Sin embargo, el cumplimiento de las medidas de distanciamiento social exige que los votantes acepten los riesgos individuales y colectivos que pueden afectarles personalmente. En consecuencia, una respuesta de salud exitosa debe evaluar cómo las creencias políticas afectan los riesgos percibidos e interactúan con la implementación de políticas (Gadarian et al., 2020; Allcott et al., 2020; Barrios y Hochber, 2020; Mariani et al., 2020).

La percepción subjetiva del riesgo sanitario

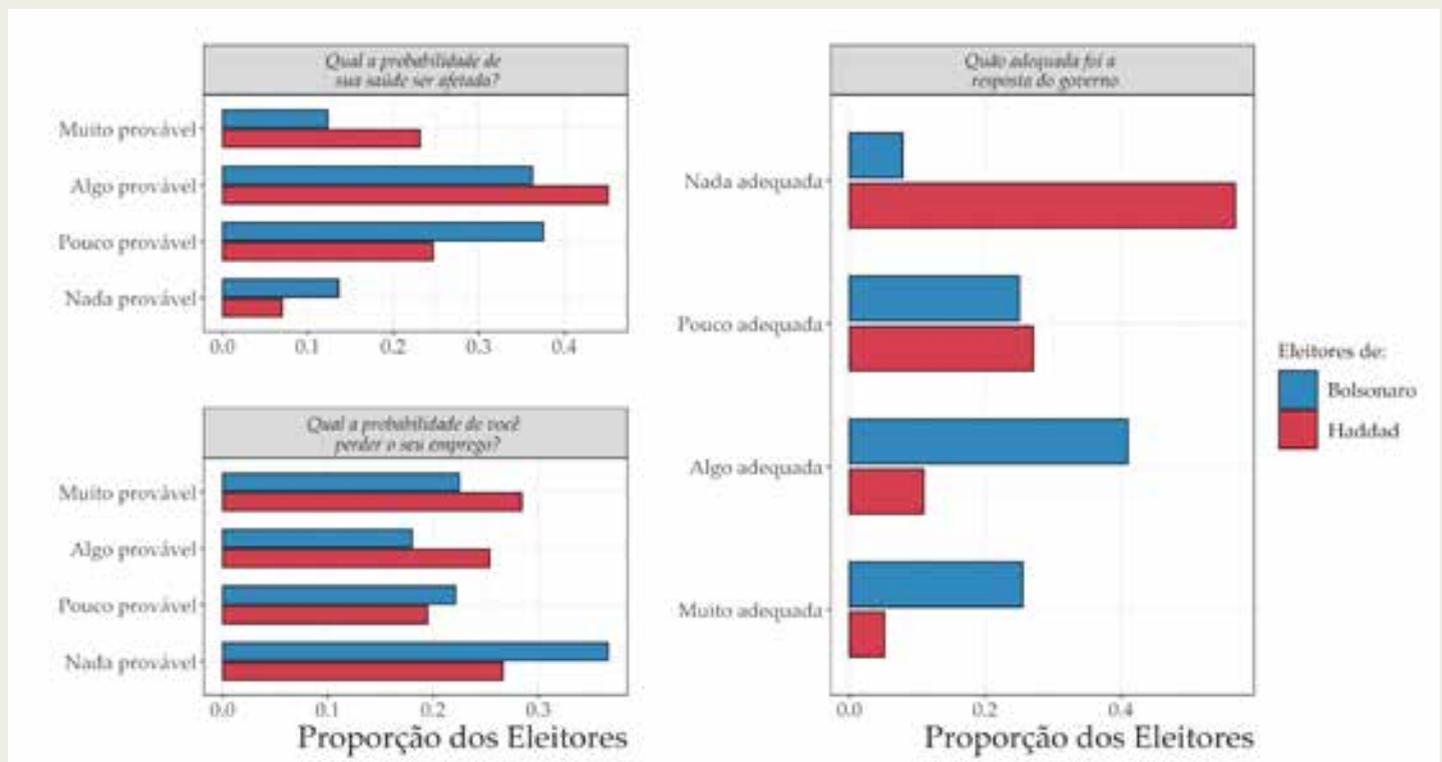
Entre marzo y abril del 2020 realizamos una encuesta que midió las percepciones de riesgo sanitario en Brasil. Consistente con la discusión de las páginas anteriores, la Figura 1 muestra que casi el doble de votantes de Fernando Haddad reportaron que era *muy probable* que se contagiaron de Covid-19 (24%) comparado con los votantes de Jair Bolsonaro (13%). Algo similar observamos respecto de la respuesta *algo probable*, con una diferencia de más de 10 puntos entre los votantes de Haddad y los de Bolsonaro.

Los votantes de Bolsonaro, por su parte, reportaron con mayor frecuencia las respuestas *poco probable* y *nada probable*. Aun cuando las preferencias políticas no deberían afectar nuestra probabilidad de perder nuestro trabajo por culpa de la pandemia, los encuestados también reportaron una mayor probabilidad de perder el trabajo cuando votaron por Haddad y una menor probabilidad de perder el trabajo cuando votaron por Bolsonaro.

Podríamos pensar que aun cuando los encuestados reportan probabilidades distintas de enfermarse o perder el trabajo, esto puede ser resultado de la distinta inserción laboral o características socio-demográficas de los votantes de cada partido. Sin embargo, estas diferencias entre *petistas* y *bolsonaristas* son robustas al uso de una batería de variables de control, incluido el género, ingreso, educación y ubicación geográfica de las y los encuestados.

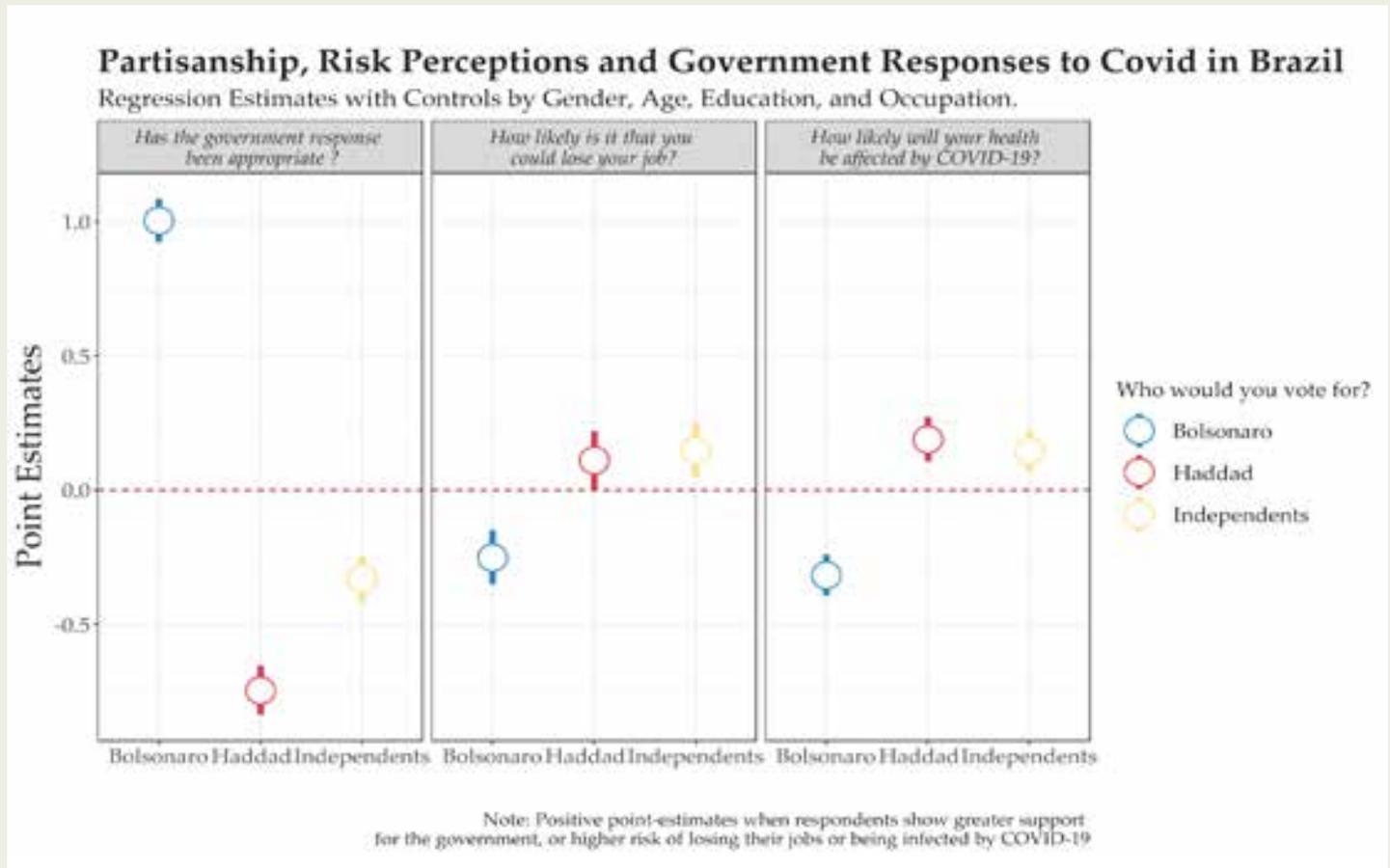
Podemos ver las diferencias entre ambos grupos cuando controlamos por todas las variables sociodemográficas en la Figura 2, que muestra diferencias en la percepción de riesgo sanitario, riesgo laboral y calidad de la respuesta sanitaria del gobierno. Las diferencias en la tasa media de riesgo sanitario y laboral de *petistas* y *bolsonaristas* son estadísticamente significativas controlando por las otras variables.

Figura 1: ¿Cuán probable es que su salud se vea afectada por Covid-19?



Nota: Datos propios. Encuesta nacional representativa realizada en marzo y abril del 2020.

Figura 2: Voto y percepción de riesgo al inicio de la pandemia en Brasil



El primer discurso sobre Covid-19 de Jair Bolsonaro

Para tratar de entender las diferencias inter-partidarias en la tasa de riesgo sanitario, podemos aprovechar intervenciones externas a la encuesta entre marzo y abril del 2020. Nuestra encuesta comenzó durante los días en que se conocieron los primeros casos de Covid-19 en Brasil. Una semana después de iniciada la encuesta, Jair Bolsonaro dio su primer discurso sobre la pandemia. De esa forma, tuvimos la oportunidad de observar el efecto de aquel primer discurso del presidente Bolsonaro (aprovechando que el reclutamiento de encuestados era aleatorio). Para ello recurrimos a un diseño (denominado “diferencia-en-diferencia”) que nos permitió comparar la variación en las respuestas de los encuestados –entre aquellos que fueron entrevistados en los dos días anteriores y los posteriores al discurso– a partir de la intervención externa (el discurso). Este análisis detectó evidencia consistente con una actualización de las percepciones de riesgo que afectó de modo distinto a los votantes de cada partido. Los resultados muestran que, entre los votantes de la oposición y los independientes, las percepciones de riesgo laboral y de salud aumentaron después del discurso de Bolsonaro. Por su parte, los votantes de Bolsonaro no actualizaron sus creencias sobre el riesgo sanitario.

Contexto

En las primeras semanas de enero de 2020 circularon por todo el mundo noticias sobre la rápida propagación del Covid-19 en la provincia china de Hubei. Mientras las autoridades chinas ponían en cuarentena a millones de ciudadanos, los gobiernos de todo el mundo negociaron distintas intervenciones que balancearon el potencial daño económico y sanitario de los protocolos de emergencia. Las primeras respuestas sanitarias en Europa y en los Estados Unidos, implementadas en febrero del 2020, incluyeron restricciones al turismo y al comercio, tanto hacia como desde las áreas más afectadas por la pandemia. El 11 de marzo, la Organización Mundial de la Salud declaró como pandemia el Covid-19, y anunció que afectaría a todos los países del mundo.

Si bien algunos gobiernos adoptaron rápidamente protocolos de distanciamiento social para mitigar las consecuencias del virus, los presidentes de Estados Unidos, Donald Trump; el de México, Andrés Manuel López Obrador, y el de Brasil, Jair Bolsonaro, sugirieron a sus ciudadanos desestimar el riesgo sanitario. Bolsonaro desafió públicamente las recomendaciones de la comunidad médica, y pidió a los ciudadanos que mantuvieran sus horarios de trabajo regulares y apuntalaran la economía. Más aún, criticó a los medios de comunicación

por su cobertura “histórica” del virus y acusó a la oposición de utilizar la crisis para obtener beneficios políticos. Bolsonaro instó a los alcaldes y gobernadores a no acatar las recomendaciones de sus propias agencias federales y desafió los pedidos de distanciamiento social. Promovió reuniones y encuentros locales, realizó caminatas públicas que violaron el distanciamiento social y usó sus cuentas de Twitter y Facebook para desestimar las consecuencias negativas del virus.

Discurso

El 24 de marzo, el presidente Bolsonaro dio uno de sus mensajes más difundidos respecto de la crisis del Covid-19. En un discurso televisado a nivel nacional, que fue también su primer discurso presidencial dedicado exclusivamente a la pandemia de Covid-19, Bolsonaro enfrentó agresivamente a la comunidad médica, acusó a los gobernadores de reaccionar de forma exagerada, cuestionó las políticas de distanciamiento social, criticó el cierre de escuelas y se describió a sí mismo como un atleta que “ni siquiera se daría cuenta” si se infectara. El virus, afirmó en uno de los pasajes que más circularía en los meses siguientes, sería en el peor de los casos una pequeña gripe.

Podemos tomar este discurso como una intervención externa a la encuesta y analizar la granularidad de nuestros datos a lo largo del tiempo para modelar el efecto del encuadre sanitario proporcionado por Bolsonaro. Modelar este evento al comienzo de la pandemia nos permite medir las percepciones de riesgo cuando el número de casos aún era modesto. Las dos variables independientes más importantes describen la intención de voto y una variable categórica que toma el valor de 1 si la encuesta se realizó en los dos días posteriores al discurso de Bolsonaro y 0 si la encuesta fue realizada en los dos días previos al discurso. Nuestro interés es medir las diferencias en los resultados que comparan a los votantes de Bolsonaro y de Haddad.

Resultados

La Tabla 1 presenta los resultados. Los modelos incluyen variables de control que han sido omitidas de la tabla para simplificar la lectura. Estos controles incluyen la edad, el sexo, la ocupación, la educación y los ingresos de los encuestados.

Consideremos primero el período prediscurso. En aquel momento, la percepción de riesgo laboral tenía un nivel de 1,8 para los votantes de Bolsonaro y de 2,38 para los votantes de Haddad. Esta diferencia indica que los votantes identificados con partidos contrapuestos tenían percepciones de riesgo laboral disímiles desde antes del discurso de Bolsonaro. Después del pronunciamiento del mandatario brasileño, sus seguidores expresaron una caída en la percepción de riesgo laboral (de $\approx 1,8$ a $\approx 1,4$) en tanto que los seguidores de Haddad presentaron una caída más modesta (de $\approx 2,38$ a $\approx 2,2$). Por lo tanto, el discurso de Bolsonaro aumenta la heterogeneidad entre ambos grupos, en la medida en que la distancia entre la percepción de riesgo laboral de los votantes de Bolsonaro y de Haddad aumenta. Es importante notar que la mayor distancia entre los votantes de Bolsonaro y de Haddad es resultado de una caída pronunciada en el riesgo laboral percibido por los votantes de Bolsonaro, consistente con el discurso presidencial.

Consideremos ahora el riesgo sanitario. Previo al discurso de Bolsonaro, sus votantes reportaban un riesgo sanitario de 2,3 mientras que los votantes de Haddad reportaban un riesgo de 2,5. Luego del discurso presidencial, la percepción de riesgo sanitario entre los votantes de Bolsonaro bajó a 1,9. Los votantes de Haddad, por su parte, vieron un cambio de 2.487 a 2.409.

Tabla 1: Efecto del discurso de Jair Bolsonaro (24 de marzo) en la percepción de riesgo laboral y sanitario

DEMANDA	RIESGO LABORAL	RIESGO SANITARIO	CAPACIDAD DEL GOBIERNO
Constante	(1) 1.810***	(2) 2.318***	(2) 2.318***
Post-Marzo 24	(0.392) -0.393	(0.306) -0.380*	(0.306) -0.380*
Votantes de Haddad	(0.277) 0.572**	(0.216) 0.169	(0.216) 0.169
Votantes Independientes	(0.232) 0.127	(0.181) -0.158	(0.181) -0.158
Post-Marzo 24 x Votantes de Haddad	(0.397) 0.254	(0.310) 0.302	(0.310) 0.302
Controles	Yes	Yes	Yes
Observaciones	195	195	195
R ² Ajustada	0.092	0.041	0.041

Los resultados muestran también que todos los votantes disminuyeron marginalmente su evaluación general del desempeño del gobierno, pero estos cambios fueron modestos y estadísticamente indistinguibles de la instancia previa. Los hallazgos respaldan la noción de que la percepción de riesgo es sensible al contexto político y que esta sensibilidad es mayor entre los votantes de Bolsonaro, quienes presumiblemente estuvieron más atentos a su discurso. El resultado es una mayor heterogeneidad interpartidaria después del discurso de Bolsonaro, con una mayor distancia en la percepción de riesgo entre los votantes de ambos partidos. Estos resultados son también consistentes con otros trabajos que detectan una disminución en la propensión a cumplir con el distanciamiento social en localidades progubernamentales (Mariani et al., 2020). Nuestros resultados describen uno de los mecanismos que explican distintos comportamientos entre localidades oficialistas y opositoras.



No todo resultado positivo es una demostración de la teoría

Comenzamos esta nota de investigación argumentando que preguntas difíciles como “¿Me puedo contagiar de Covid-19?” son sustituidas por preguntas más fáciles para las cuales tengo una respuesta del tipo: “¿Me gusta este gobierno?”. Es de esperar, por lo tanto, que quienes apoyan al gobierno realicen pronósticos más benévolos de la pandemia que quienes se oponen al gobierno y que también tengan una lectura más benévola de las consecuencias de la pandemia. La medición de un efecto contextual, como es el discurso de Bolsonaro, representa un test “difícil” de nuestra hipótesis, dado que no sabemos si el discurso de Bolsonaro fue observado por todos los votantes. En dicho sentido, la estimación de la discontinuidad en el discurso de Jair Bolsonaro puede ser interpretada como resultado de experimento “ruidoso” en los resultados a los que arriba. Por tanto, es notable que podemos medir el efecto contextual de este discurso en los resultados de nuestra encuesta y extraer conclusiones que confirmen nuestras expectativas.

Sin embargo, observamos también en estos resultados que hay una caída en la percepción positiva de Bolsonaro entre sus propios votantes. Esto puede ser interpretado como una caída en las respuestas positivas a la pregunta “¿Me gusta este gobierno?”. El resultado paradójico es que la respuesta a la pregunta “fácil” no es consistente con la respuesta a la pregunta “difícil”. En este caso, el gobierno me gusta menos, pero acepto el argumento de Bolsonaro y expreso una caída en mi percepción de riesgo sanitario. Es decir, el análisis que realizamos produce los resultados esperados, pero no necesariamente por los mecanismos que propusimos. En otro artículo utilizamos un experimento de encuesta con un tratamiento más sensible que busca responder a este problema.

Es común en nuestra disciplina estar satisfecho con un resultado que tiene la dirección esperada y alterar los mecanismos si hay resultados inconsistentes. Más interesante aún es tratar de dilucidar el origen de dichas inconsistencias mediante una autopsia de nuestros diseños experimentales. Quedará para otro artículo la discusión sobre cómo evaluar si nuestros diseños experimentales tuvieron los resultados esperados a través de los mecanismos esperados. Quizá la pregunta “fácil” no apunte simplemente a si les gusta el gobierno que votaron o les disgusta el gobierno que no votaron. En cualquier caso, es claro que la intuición experta es sensible al contexto político. Menos claro sería cuál es este contexto que sirve de ancla a nuestros prejuicios.

Referencias bibliográficas

- Allcott, H., Boxell, L., Conway, J., Gentzkow, M., Thaler, M., & Yang, D. (2020). Polarization and public health: Partisan differences in social distancing during the coronavirus pandemic. *Journal of public economics*, 191, 104254.
- Barrios, J.M., & Hochberg, Y. (2020). Risk perception through the lens of politics in the time of the Covid-19 pandemic (No. w27008). National Bureau of Economic Research.
- Calvo, E., & Ventura, T. (2021). Will I get Covid-19? Partisanship, social media frames, and perceptions of health risk in Brazil. *Latin American politics and society*, 63(1), 1-26.
- Gadarian, S. K., Goodman, S. W., & Pepinsky, T.B. (2021). Partisanship, health behavior, and policy attitudes in the early stages of the Covid-19 pandemic. *Plos one*, 16(4), e0249596.
- Green, D., Palmquist, B., & Schickler, E. (2008). Partisan hearts and minds. In *Partisan Hearts and Minds*. Yale University Press.
- Iyengar, S. (1990). Framing responsibility for political issues: The case of poverty. *Political behavior*, 12(1), 19-40.
- Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690-707.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.
- Mariani, L.A., Gagete-Miranda, J., & Retzl, P. (2020). Words can hurt: How political communication can change the pace of an epidemic. *Covid Economics*, 12, 104-137.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1985). The framing of decisions and the psychology of choice. In *Behavioral decision making* (pp. 25-41). Springer, Boston, MA.
- Tetlock, P. E., & Gardner, D. (2016). *Superforecasting: The art and science of prediction*. Random House.
- Thaler, R. H., Tversky, A., Kahneman, D., & Schwartz, A. (1997). The effect of myopia and loss aversion on risk taking: An experimental test. *The quarterly journal of economics*, 112(2), 647-661.



por **SANDRO MACASSI**. *Magíster en Comunicación, profesor asociado y coordinador de la Diplomatura de Comunicación Política de la Pontificia Universidad Católica del Perú.*



“NUNCA TANTOS DEPENDIERON DE TAN POCOS”: NARRATIVAS SOBRE LAS CAUSAS DEL CONTAGIO DURANTE EL CONFINAMIENTO EN EL PERÚ

EL TRABAJO DISCUTE LA RELACIÓN ENTRE LAS NARRATIVAS POPULARES, LAS ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS EN EL MARCO DE UNA EPIDEMIA, Y LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN EL CASO DE PERÚ.

A partir de la identificación del primer caso, el 6 de marzo de 2020, el gobierno peruano adoptó medidas para enfrentar la pandemia que se orientaron a la restricción de actividades. El 15 de marzo se decretó el aislamiento social obligatorio y como medidas complementarias se otorgaron bonos económicos “Yo me quedo en casa” (17 de marzo), y un bono independiente (22 de marzo) con el fin de paliar la crisis económica familiar subsecuente. Sin embargo, los contagios siguieron en aumento llegando a 1.000 y a 50 fallecidos, por ello el 18 de marzo se estableció el toque de queda, el 26 de marzo el registro de infractores, y el 1 de abril el endurecimiento de las medidas de aislamiento, el 13 de abril se restringió la circulación a una persona por familia y el 14 se impuso un sistema de multas. Este fue el escenario de uno de los confinamientos más largos a nivel mundial.

Las sucesivas olas de las variantes del Covid-19 configuraron un escenario pendular caracterizado por la alternancia de fases de confinamiento y apertura. Generando en el gobierno una atención a múltiples puntos problemáticos en simultáneo: la identificación, seguimiento y control de los contagios; la atención primaria al inicio de los síntomas; la atención especializada (provisión equipos, camas UCI y doctores intensivistas) y la gestión de los problemas no sanitarios consecuentes de la epidemia. Sin embargo, todos estos procesos tienen un punto de partida que es el contagio entre personas debido al incumplimiento de cuatro principios básicos: distanciamiento social, uso de barreras físicas, lavado de manos y resguardarse en los hogares. El punto neurálgico de la gestión social de una epidemia fue la continua transmisión entre personas debido a la existencia de narrativas y discursos que operan como barreras cognitivas que hacen que los grupos poblacionales incumplan las medidas o no incorporen hábitos preventivos.

Antes de analizar dichas narrativas, cabe resaltar que la gran mayoría de personas cumplió las medidas, pero en este tipo de pandemia basta un pequeño grupo, por más pequeño que este sea, para que el virus se esparza exponencialmente. Si Churchill viviera, sin duda, re-frasearía su famoso dicho: en esta pandemia “nunca tantos maldijeron tanto a tan pocos”.

Las narrativas de la idiosincrasia

Inmediatamente después de iniciado el confinamiento social obligatorio fue obvio que no todos cumplían ni querían cumplir las medidas de distanciamiento social e incorporar prácticas preventivas. Una de las narrativas que surgió en las redes sociales y en los medios de comunicación fue la narrativa de que el culpable de los contagios era la idiosincrasia del peruano. Se les etiquetó como irresponsables, inmaduros, tercermundistas, desobedientes, primitivos, ignorantes y hasta “criollos”. Las personas, tanto de países industrializados como de países emergentes, adultos como jóvenes, hombres como mujeres, y personas de todos los niveles sociales transgredían las normas preventivas. Sin embargo, en el espacio público nacional se esparció la narrativa de que la idiosincrasia del peruano era la principal causa del incumplimiento de las normas. Se trataba de una narrativa anclada en el pasado, inevitable y determinista. Ciertamente la culpabilización de la “plebe” no es nueva en el país y ha sido una narrativa recurrente de las elites (junto a la “herencia colonial”) para explicar el “subdesarrollo” y los males nacionales. Como era de esperarse, la solución a esta rémora del pasado era la mano dura y un Estado policiaco que coaccionara a los ciudadanos a través de medidas autoritarias.



La narrativa del determinismo económico

Al mismo tiempo, surgió otra narrativa, según la cual el Estado era el culpable del incremento de los contagios, debido a que es un Estado rentista, achicado a martillazos neoliberales, drenado por empresas que se nutren de la informalidad, incapaz de revertir el hacinamiento en los hogares y la informalidad económica que empujan a las poblaciones a salir a las calles y arriesgarse al contagio. Frente a esta descripción estructuralista de las causas de los contagios, la expectativa de los críticos era que el gobierno de turno transforme, en pocos meses, las condiciones de vida de las y los ciudadanos para que puedan cumplir las normas. Lo cual era ciertamente un despropósito debido a la emergencia sanitaria y a la incapacidad de las elites gobernantes para consolidar un estado de bienestar desde hace doscientos años.

Si bien era cierto que durante la cuarentena numerosos grupos de personas salieron a los mercados a vender como una medida desesperada para cubrir sus ingresos, no siempre se respetaban las medidas sanitarias, lo cual expandía el contagio. El trabajo informal no estaba reñido con la observancia de la distancia social, el uso de barreras y el lavado de manos.

De hecho, la venta ambulante de productos no era el único foco de contagio, las colas de los bancos, los mercados, los paraderos de transporte, se convirtieron en espacios de contagio debido a que las personas no incorporaban medidas preventivas. Ciertamente se sumó la incapacidad de la empresa privada y de gobiernos subnacionales para prevenir y gestionar estos espacios de contagio. Las instituciones intermedias que podrían cumplir un rol organizador o estructurador de los comportamientos preventivos no siempre lo han hecho y en ocasiones contribuyeron a la expansión del contagio.

Las narrativas sobre las medicinas naturales que previenen el contagio

De México a la Patagonia se consumió nopal, ajos, eucaliptos o canela, limón, carne de llama, con la creencia de que los preparados o infusiones crean defensas o curan el coronavirus. También se creyó que la combinación de métodos tradicionales con la automedicación es mejor que la atención médica primaria y de emergencia. Lo cual fue reforzado por el discurso de medios y líderes y presidentes que recomendaban el uso de medicamentos como la Cloroquina, cuya eficacia no tenía sustento científico.

Sin embargo, el uso de recursos naturales generó que el diagnóstico del Covid-19 fuera tardío retrasando el acceso a los centros de atención y cuando se recurría a los servicios médicos el afectado estaba en estado crítico.

Se creía, además, que el peruano por su precariedad económica estaba frecuentemente expuesto a bacterias y virus, por lo tanto, que de forma natural se estaba “inmunizado” contra el Covid-19 o que resistiría mejor los embates letales del virus.

Se creía, además, que el peruano por su precariedad económica estaba frecuentemente expuesto a bacterias y virus, por lo tanto, que de forma natural se estaba “inmunizado” contra el Covid-19.



Otras creencias que dificultaron la adopción de comportamientos preventivos fueron promovidas por algunas comunidades evangélicas que continuaron con sus cultos, mostrándose contrarios a las medidas de prevención.

Las narrativas sobre voluntad divina

Otras creencias que dificultaron la adopción de comportamientos preventivos fueron promovidas por algunas comunidades evangélicas que continuaron con sus cultos, mostrándose contrarios a las medidas de prevención. Ellos argumentaban que las restricciones van en contra de los designios de Dios, promoviendo que las personas bajen la guardia y se contagien.

El argumento sostenía que la oración y la asistencia a las reuniones bendecirían a los feligreses con la protección divina. Por el contrario, si se contagiaban o fallecían era voluntad divina de que sean llevados a su lado.

La narrativa sobre el bajo riesgo y la inmunidad individual

Al inicio de la pandemia muchos jóvenes argumentaron que no les iba a “agarrar fuerte” pues eran inmunes y que si se contagiaban serían asintomáticos, de modo que cuanto más pronto se inmunizaran, mejor. Por ello, durante la cuarentena fueron recurrentes las fiestas clandestinas, sin usar mascarillas ni respetando la distancia.

Otros, argumentando que la vida es la supervivencia del más fuerte, desafiaban las normas como una muestra de su virilidad, valentía y poder, narrativa que perpetúa el machismo. Se trata de las normas sociales intersubjetivas que se constituyeron en barreras que dificultaron la adopción de hábitos preventivos.

Estas narrativas reflejaron una perspectiva individualista, subestimando los impactos en la salud de sus parientes, en la economía de su burbuja de relaciones y en su comunidad en general. Además, muestra la escasa cultura de la corresponsabilidad, producto de contextos de sobrevivencia y amplios espacios de informalidad, de vidas en los márgenes de la economía y de las normas oficiales.

La narrativa sobre el alto costo de las medidas preventivas

Algunos líderes de opinión contribuyeron a restarles valor a los hábitos preventivos, apelando a valores de libertad y libre albedrío, sosteniendo que la salud pública es una decisión personal y el Estado no debe meterse en la libertad individual. En algunos casos este discurso se presentó como una disyuntiva bipolar, entre economía nacional o la salud colectiva: con el argumento de recuperar la economía se dieron discursos en contra de medidas y protocolos de bioseguridad.

Estas narrativas que desvalorizan la incorporación de hábitos preventivos generaron una desatención hacia el cuidado y la corresponsabilidad. No tomaron en cuenta que la lucha contra la pandemia involucra a todos los miembros de la sociedad y del mundo entero. La pandemia es el fenómeno de globalización más amplio de la historia de la humanidad, en el sentido de que lo que un ciudadano hace o deja de hacer afecta a todos los habitantes de este planeta.

La narrativa de la ineficacia de las medidas de prevención

Las controversias científicas internacionales también tuvieron eco en los líderes de opinión y en redes sociales nacionales que cuestionaron las medidas de protección y tratamiento. Estas narrativas disidentes socavaron la eficacia de la protección, sosteniendo que convenía contagiarse y ser inmune después, obteniendo la protección de rebaño.

Los casos de contagios y de muertes crecieron en el país, ubicando al Perú entre los países con más fallecimientos per cápita en el mundo. Pero también se incrementaron las críticas a la ineficacia de las medidas individuales y durante la apertura una generalizada no observancia de las medidas sanitarias que contribuyó al mayor incremento de los casos de contagios.

Narrativas sobre los retornos inmediatos de la transgresión

Estas narrativas son simples, basadas en frases como “vivir la vida al máximo”, son propias de sociedades orientadas al consumo inmediato, exacerbadas por narrativas audiovisuales que hicieron del consumismo un sinónimo de la juventud. Este comportamiento cortoplacista resulta difícil de revertir si no se abordan otros valores que tengan significado para los jóvenes. Se puede observar que las normas intersubjetivas construidas como narrativas de audacia e invencibilidad al interior de los grupos estimulan la transgresión de las restricciones. Por lo tanto, el hábito grupal (como beber de un mismo vaso y apostar a quién se contagia primero) toma una significación adicional pues expresa una actitud contraria a la prevención y se instaaura como una norma grupal intersubjetiva que la estimula y le da un soporte cognitivo (legitimidad grupal) y una percepción de autoeficacia (gratificación grupal).

Narrativas y gestión de la pandemia

En resumen, durante la cuarentena surgieron diferentes narrativas que operaron como barreras para la adopción de medidas preventivas o que restaron credibilidad a las medidas sanitarias. Estos discursos estuvieron más arraigados en unos grupos que en otros, y fueron difíciles de revertir en poblaciones excluidas y con carencias materiales.

Sin embargo, estas construcciones discursivas observadas como la inmunidad, la sobrevivencia o la desvalorización del riesgo no desaparecen por arte de magia cuando cambian las condiciones materiales que las originaron; cuando las condiciones económicas mejoran, estas perduran en el tiempo e incluso persisten generacionalmente. Por esta razón la tendencia a la transgresión persiste y puede y debe ser abordada desde una estrategia integral de comunicación.

Muchos de nuestros hábitos preventivos se basan en legados culturales, y, por lo tanto, no se pueden cambiar de la noche a la mañana por una norma o con publicidad que asuste a los ciudadanos. Asimismo, otros hábitos son producto de un largo proceso de interacción entre condiciones materiales, y narrativas, como por ejemplo la falta de una cultura preventiva se relaciona a las enormes barreras para el acceso a los servicios de salud, conformándose una práctica que posterga la atención primaria y recurre al médico solo en estado crítico.

Con esta discusión no pretendemos poner bajo la alfombra los grandes problemas de protección social, fragmentación del sistema de salud y las profundas desigualdades en Latinoamérica, sino discutir que existe una brecha entre el comportamiento social y las condiciones estructurantes que debe ser abordada desde una política pública de comunicación que se base en la promoción de hábitos preventivos que contribuya a reducir los riesgos.

A partir del análisis de las narrativas y creencias se observa que existen varias situaciones que diferencian a los grupos respecto del cambio de los hábitos sociales: los ciudadanos tienen información pero no creen necesario o eficiente cumplir con la observación de hábitos preventivos; que la ciudadanía desea asumir hábitos preventivos pero no tiene la información suficiente para que sus prácticas sean eficientes, y que las personas quieren desarrollar hábitos pero las barreras materiales o prácticas sociales (rituales, presión social, espiral del silencio) no los lleva a tomar la acción correcta.

Gestión comunicativa de la pandemia

La gestión comunicativa gubernamental en epidemia tuvo al menos tres niveles: el primero tuvo la comunicación de las decisiones sobre el control de la pandemia (asertivas, tempranas, solidarias o compensatorias). Un segundo nivel fue la gestión a los problemas derivados de las medidas sanitarias (desabastecimiento, migración de retorno, etc.), y el tercero debió ser la comunicación para la promoción de los nuevos hábitos sociales necesarios para reducir los contagios y para que las medidas restrictivas tuvieran éxito.

Durante la etapa de confinamiento, la respuesta comunicativa del gobierno peruano ante la pandemia se orientó a promover las medidas de control del Covid-19 y al abordaje de los problemas subsecuentes de la gestión sanitaria, dejando de lado la comunicación para el cambio del comportamiento.

El 14 de marzo de 2020 el presidente Vizcarra se adhirió a la campaña internacional “yo me quedo en casa”, al igual que muchos *influencers*, líderes e instituciones. En esta campaña espontánea hubo una profusión de mensajes y piezas audiovisuales promocionando el aislamiento voluntario. Pero carecían de una coherencia y articulación y en muchos casos se trataba de comunicaciones emocionales pero que no abordaban las narrativas de los sectores resistentes.

El Ministerio de Salud (MINSA) produjo algunos spots abordando las principales recomendaciones sanitarias como: el aislamiento, distancia social, desinfección, uso de barreras de protección. Además de ser exiguos, se quedaron al nivel de recomendaciones generales, pues no se enfocaron en las prácticas cotidianas y en los dilemas que la población tenía a diario cuando asistía al mercado, tomaba el transporte público o hacía colas en los bancos para cobrar los bonos, lugares donde ocurrían los contagios. En cambio, sí se desarrolló una intensa comunicación política centralizada en la figura del presidente Vizcarra, quien convocaba todas las semanas a los periodistas a una conferencia de prensa para responder a sus preguntas en un esfuerzo por transparentar la gestión de la pandemia y cohesionar a la población en la lucha contra el Covid-19.

Las alocuciones presidenciales se abocaron a enumerar las acciones, compras y decisiones para la gestión de la pandemia, lo cual incrementó la popularidad del presidente, posicionándolo como un “gestor eficiente” de la crisis.

En cambio, la apelación al comportamiento individual específico fue escasa, en ocasiones el presidente precisó el modo de transmisión que podría ocurrir si no se desinfectaban las compras del mercado llevando a la casa el virus. Estas “recomendaciones” no eran continuadas en la gestión comunicativa de los ministerios, pero tampoco se articulaban los productos comunicativos desarrollados.

La ciudadanía necesitaba información concreta sobre cuáles comportamientos eran los correctos e incorrectos en contextos concretos como los mercados, los bancos o el transporte. Los voceros oficiales priorizaron una comunicación basada en “narrativas punitivas” en redes y medios sobre el incumplimiento de las medidas preventivas, sin combatir las noticias falsas o las narrativas que circulaban en redes sociales.



Hay que reconocer que existieron fallos críticos en la estrategia sanitaria como el cierre de los establecimientos del primer nivel de atención de salud, la escasez de oxígeno y medicinas, la falta de dotación gratuita de mascarillas, etc. Pero una estrategia comunicativa de cambio de comportamientos hubiera cuestionado las creencias que motivaban el uso de productos alternativos y hubieran evitado el retardo del ingreso al establecimiento de salud.



Conclusiones

Podemos evidenciar que el gobierno no implementó una estrategia de prevención para el cambio de comportamientos, sino que basó su estrategia comunicativa en la gestión política de las comunicaciones. Se apostó a que la comunicación constante y el hiperactivismo del presidente generaran cohesión y apoyo a las medidas preventivas y la población siguiera las cuatro medidas básicas.

Para abordar futuras crisis sanitarias no basta con hacer publicidad de las conductas deseables o un listado de los comportamientos a incorporar, sino que se deben desarrollar estrategias comunicativas que complementen la estrategia sanitaria. La estrategia comunicativa debe dialogar con las creencias y percepciones de los ciudadanos, bajo la premisa de que para que un nuevo hábito sea interiorizado es necesario desaprender el hábito anterior, cuestionando las narrativas que le dan sustento.

Para superar esta crisis sanitaria el cambio de hábitos supone, como en ninguna otra pandemia, una dependencia de otro. Aquí no cabe un enfoque individualista de cambio conductual, el cambio de comportamiento social implica corresponsabilidad y acción colectiva discursiva intensa, por ello la poca observancia de las medidas preventivas de unos pocos tuvo un gran impacto en la salud de las mayorías.

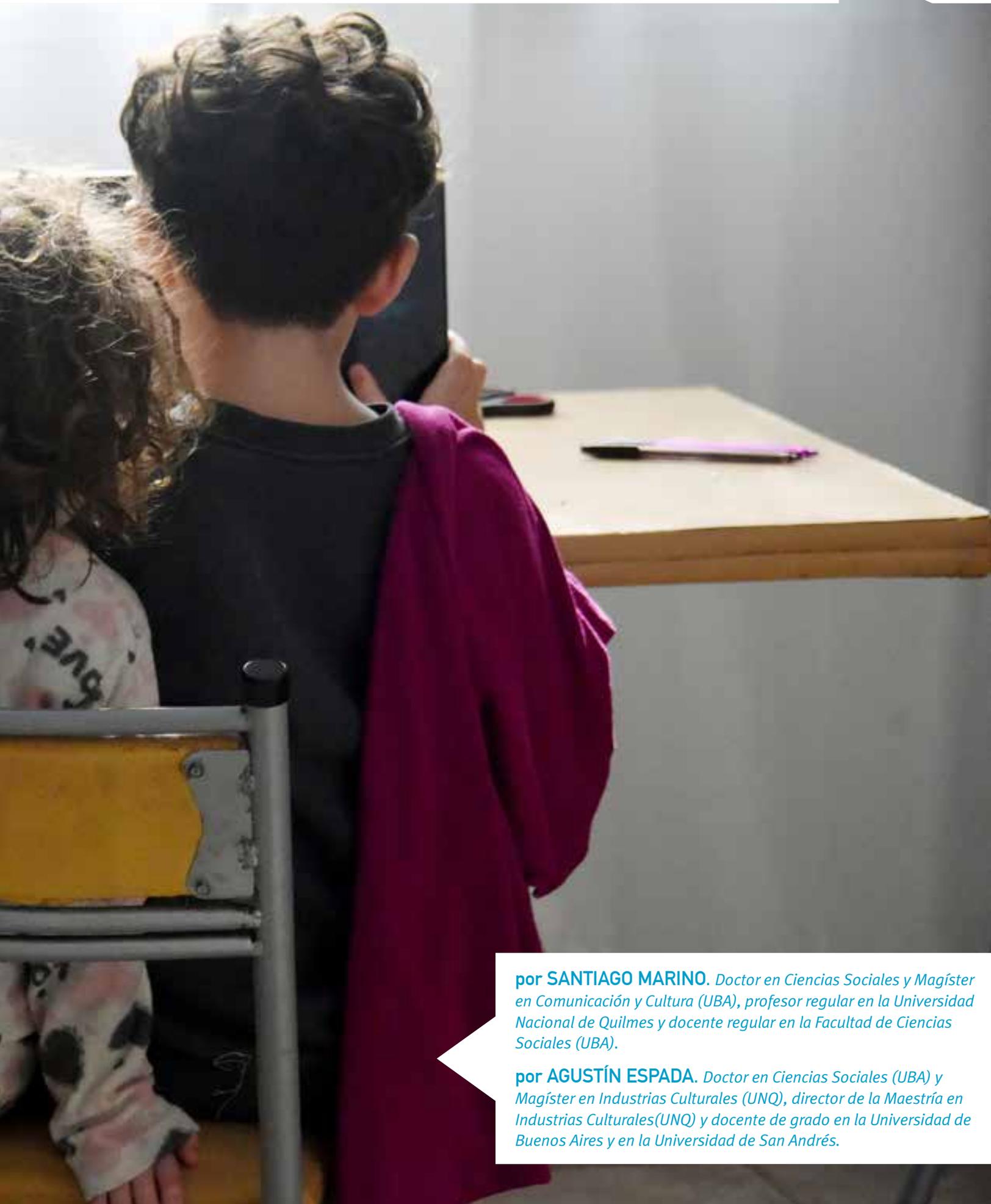
Finalmente hace falta dotar al Estado de una mejor infraestructura comunicativa para los casos de crisis como la sanitaria. Eso requiere de la formación de personal especializado en cambio de comportamientos, de invertir en una infraestructura de redes de comunicación comunitaria a nivel nacional y de normar el uso de franjas gratuitas para emergencia sanitaria en medios masivos, similar a la empleada en los procesos electorales, e implementadas de manera transparente a través de un consejo de notables.

Algunos líderes de opinión contribuyeron a restarles valor a los hábitos preventivos, apelando a valores de libertad y libre albedrío, sosteniendo que la salud pública es una decisión personal.



LOS AUTORES REALIZAN UN ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN UN ASPECTO CENTRAL DE LA VIDA SOCIAL DE LAS PERSONAS EN LA ARGENTINA COMO SON SUS CONSUMOS INFORMATIVOS Y CULTURALES.

STOP AND GO. PERFORMANCE Y CONSUMOS DE MEDIOS EN LA ARGENTINA DURANTE LA PANDEMIA



por **SANTIAGO MARINO**. *Doctor en Ciencias Sociales y Magíster en Comunicación y Cultura (UBA), profesor regular en la Universidad Nacional de Quilmes y docente regular en la Facultad de Ciencias Sociales (UBA).*

por **AGUSTÍN ESPADA**. *Doctor en Ciencias Sociales (UBA) y Magíster en Industrias Culturales (UNQ), director de la Maestría en Industrias Culturales (UNQ) y docente de grado en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad de San Andrés.*

E

l año 2020 será recordado por el modo en que la pandemia de coronavirus impactó en el mundo. Parte de esos cambios implicaron la mudanza de muchas tareas hacia los hogares e impactaron en las dietas informacionales de manera significativa. El traslado al hogar de una serie de actividades cotidianas generó performances particulares en las industrias culturales. Esto aceleró una serie de tendencias preexistentes (la caída en el encendido de la TV abierta, de la circulación de prensa en papel y crecimiento del consumo audiovisual vía plataformas abiertas y de pago) y expandió ciertas novedades en los usos, con TikTok y Twitch como estrellas del año. El año 2021 fue el año de la salida de los aislamientos y de progresiva vuelta a la vida social pre-Covid-19. Eso implicó, en cierta medida, la confirmación de cambios pandémicos y la posibilidad de medir de manera algo más precisa el impacto de la digitalización de los consumos mediáticos y culturales. La descripción de este proceso de cambio (2020) y consolidación (2021) es el eje de este trabajo. Para ello, se ofrece a continuación una breve descripción de las características generales del sistema de medios argentino. Luego se presenta información relevante acerca de los consumos audiovisuales y portales de noticias durante 2020. Para finalizar, se toman datos anuales de 2021 donde se pueden encontrar las consecuencias parciales de los cambios provocados por la pandemia.



Los medios en la Argentina

El sistema de comunicación atraviesa un proceso de transformación por factores múltiples y combinados. En ese derrotero, a partir de la pandemia por coronavirus y las medidas sanitarias implementadas, entre las que se destaca el aislamiento social preventivo, se aceleraron algunas tendencias en el marco de la crisis de los medios. Los comportamientos de las audiencias, los modelos de negocios y las estructuras narrativas se modifican. Cambia, todo cambia.

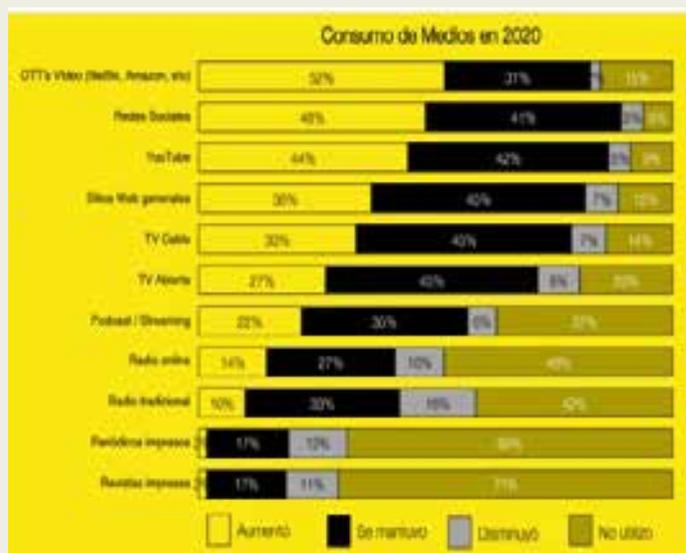
Ahora bien, la trayectoria de largo plazo y la intensificación de sus lógicas en un contexto histórico y peculiar para la vida social no operan en el vacío. La configuración de los medios en la Argentina tiene un conjunto de rasgos característicos, que pueden ser resumidos en su desigual expansión territorial y regional; la lógica privada comercial dominante en la gestión; su concentración en la estructura de propiedad; la importante penetración de capital extranjero y la centralización geográfica de la producción de los contenidos en el área metropolitana de la ciudad de Buenos Aires.

A la hora de identificar quiénes tienen organizaciones de medios, una clasificación por estructura de propiedad permite identificar grandes conglomerados de capitales nacionales, extranjeros o combinados. Esto incluye tanto a los grandes productores y distribuidores de contenidos como a proveedores de conectividad. Por otro lado, existen grupos regionales y provinciales, con presencia de títulos y marcas en los distintos tipos y soportes. Y en la escala más pequeña asoman los medios que no integran grupos. Otro actor relevante del sistema es el Estado nacional y los diferentes Estados provinciales. Por su parte, más allá de la gestión privada comercial aparecen medios gestionados por organizaciones sin fines de lucro, con una vasta trayectoria y dilatada presencia territorial.

En un escenario comunicacional en plena transformación se constata un crecimiento significativo en los niveles de conexión a internet y de su calidad –con desigualdades y vaivenes– que habilitan nuevos espacios de consumo y formas de uso de un elemento por el que los medios compiten: el tiempo de atención. Los recursos económicos que antes se dirigían exclusivamente hacia los medios tradicionales (abonos, pagos directos o publicidad) comienzan a encauzarse hacia otras plataformas (redes sociales, proveedores de conexión, agregadores y *gatekeepers* del mundo online). Esto pone en crisis los modelos tradicionales de desarrollo y sostenibilidad. Y en parte se aceleró con el aislamiento social que demandaba la situación sanitaria.

Crisis no es oportunidad

Los primeros meses de 2020 fueron de extrema incertidumbre en diversos planos, el consumo de medios de comunicación entre ellos. En los primeros meses de aislamiento social, donde la movilidad fue muy reducida y muy pocas actividades estaban habilitadas, el escenario de los medios cambió drásticamente. El consumo de medios digitales explotó: de acuerdo a datos de la agencia Havas, los primeros cinco meses de pandemia marcaron aumentos muy significativos en el tiempo que los argentinos pasaron ante plataformas OTT audiovisuales (52% de las personas aumentaron su uso), redes sociales (48%), YouTube (44%) y *streaming* de audio junto a portales informativos (ambos con 36%). Esto haría pensar que el uso de medios tradicionales se redujo en igual medida. Pero no fue así. La torta de “tiempo de atención” de las audiencias argentinas creció. Y lo digital no se comió a lo tradicional, lo complementó.



Solo de esta manera se entiende que un 33% de las personas reconocieron haber aumentado su consumo de señales de cable, un 27% el de canales de televisión abierta y un 10% el de radio tradicional. Si bien es cierto que un 9% dijo que miró menos televisión abierta, un 16% escuchó menos radio y un 12% menos diarios impresos, el panorama no resultó tan desolador como se podía avizorar en escenarios con todos los dispositivos a mano, mayor tiempo disponible y conexión a internet de banda ancha hogareña. Dos hipótesis para explicar este comportamiento podrían ser: 1) las conexiones hogareñas a internet no son tan buenas ni masivas como se supone; 2) los contenidos de los medios tradicionales y sus marcas todavía tienen un valor importante ante la abundante y caótica oferta digital.

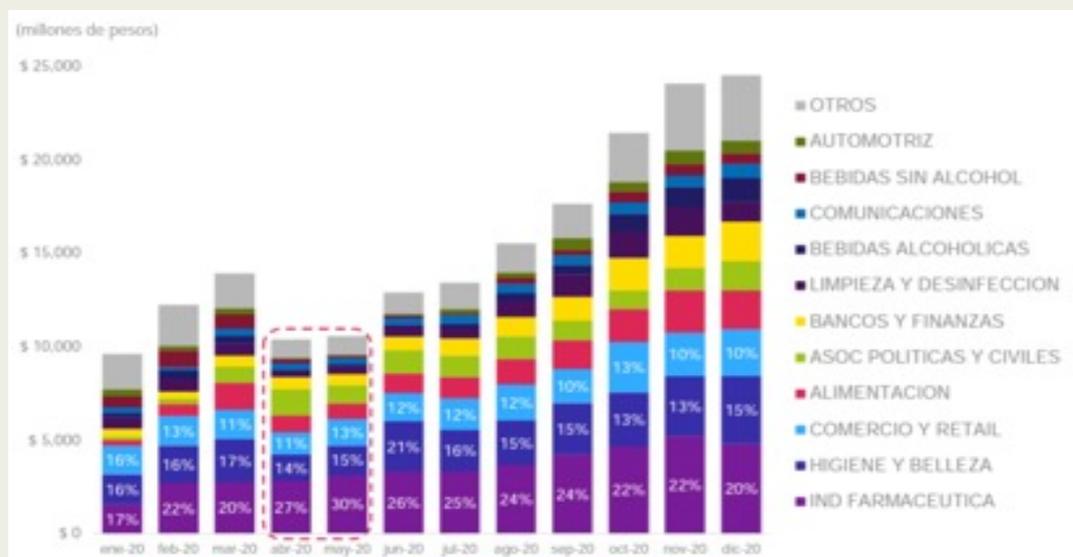
Marzo y abril fueron meses de máxima atención a los medios tradicionales. Los noticieros de la televisión abierta marcaron récords históricos y se colocaron entre los programas más vistos del día por varias semanas. Las señales de noticias también vieron crecer su rating a medida que la incertidumbre y el temor a lo desconocido (el virus) escalaban en las agendas.¹ El crecimiento del encendido en las señales de deportes, infantiles y de ficción a partir de los meses de agosto y septiembre muestran el agotamiento de la agenda sanitaria y la fatiga de las audiencias en torno a un fenómeno que pasó de novedad a pesadilla. Más allá de estas buenas noticias para el contenido informativo, el encendido de toda la televisión fue interanualmente más bajo que en 2019 para todos los meses de 2020 salvo para diciembre, único mes que mostró más audiencia que en la prepandemia. En radio los números no fueron buenos. El encendido en FM

cayó casi un 30%. Pero la AM resistió y creció en oyentes (casi un 25%) después de muchos años. En este mercado la digitalización del consumo fue tanto o más fuerte que en la tele: el consumo de *podcast* escaló al 14%, el de Spotify (gratuito y pago) al 42% y el de radio por internet a un 28%. Las audiencias, como en la televisión, buscaban informarse y por eso recurrieron a las emisoras más tradicionales y noticiosas. Mientras que para el esparcimiento no se refugiaron en la radio musical sino en plataformas digitales (como YouTube y Spotify).

En materia de portales informativos, el aumento fue significativo pero acorde a los cambios en los comportamientos que se habían detectado en los años anteriores. Marzo y abril fueron meses de explosión en la cantidad de visitas. Los portales de noticias más importantes del país registraron aumentos en sus visitas diarias muy altos durante ese inicio pandémico: Página 12 (79%), Infobae (73%), La Nación (62%), A24 (56%), Clarín (56%), TN (29%) y Tiempo Argentino (28%) muestran altas tasas de crecimiento según SimilarWeb. Como sucedió con las señales de noticias, el consumo se normalizó con el sostenimiento del encierro y a medida que la pandemia pasó de significar preocupación a fastidio. El mercado publicitario fue el otro gran aspecto donde la pandemia impactó fuertemente para el sistema de medios. En términos absolutos, el mercado cayó un 31% y perdió U\$S300 millones de recaudación. Los medios que más se vieron afectados fueron la gráfica (-58%), la vía pública (-50%) y la radio (-42%). La tele tuvo pérdidas más pequeñas (-29%) mientras la publicidad digital se sostuvo (-9%) y así aumentó su participación en el total del 27% al 36%.²

1. <https://www.letrap.com.ar/nota/2020-3-24-14-50-0-medios-en-cua-rentena>

2. <https://www.agenciasdemedios.com.ar/inversiones-publicitarias/>



Como muestra el gráfico precedente, el motor que sostuvo a la publicidad en la Argentina durante los meses de mayor impacto de la pandemia fue la industria farmacéutica. La publicidad política fue otro sostén importante para reemplazar la menguante inversión de la industria alimenticia, bancos, bebidas alcohólicas y artículos de limpieza. La inversión total creció a partir de mitad de año y se recuperó de gran manera (y de acuerdo a la estacionalidad del mercado) en el último trimestre.

Digitalización al palo

Las particularidades del contexto pandémico en el conjunto de actividades de la sociedad no encontraron excepciones en los comportamientos de las audiencias de los medios masivos. Las afectaciones a la movilidad demandadas por la protección de la salud de la población funcionaron como condicionante de las prácticas y consumos culturales.

Mientras gran parte de las personas en la Argentina y el mundo se quedaron en casa, el mercado audiovisual se movió con la música de la pandemia. En ese contexto, los proveedores de audiovisual por internet que ya estaban –OTTs como Netflix y otros– ganaron clientes, dinero y tiempo³ de atención, un bien escaso en tiempos normales pero disponible en cuarentena⁴. Aparecieron novedades de jugadores privados comerciales –como Pluto TV⁵ en el caso de los gratuitos, y Paramount+, Star+ y Disney+ en el de los pagos, que vinieron a disputar el liderazgo del sector– y estatales, todos con buenos rendimientos. “El incremento de 15,8 millones de suscriptores en solo tres meses es el mayor jamás experimentado por la compañía y duplica las expectativas de los analistas para este período. Además de incrementar notablemente las suscripciones de pago y con ello la facturación, la pandemia del Covid-19 y las consiguientes órdenes de confinamiento en gran parte del mundo también han permitido a Netflix reducir varios de los costes significativamente, entre ellos los de marketing”.⁶

En ese mercado, el impacto del Covid-19 debe ser desagregado. Esto se desarrolló con diferencias muy marcadas, basadas en tres aspectos: las industrias que trabajan con *stock* de productos; las que desarrollan lógicas de flujo y los comportamientos de las audiencias.

Cada sector se alteró a corto plazo a su forma y a su modo. La TV sumó audiencia pero cayó en financiamiento. La TV paga combinó aspectos. Por su parte los OTTs pudieron satisfacer con sus *stocks* a una demanda creciente. Algunos adelantaron estrenos que tenían agendados y por ahora responden. El caso del cine resultó especial por la contracara de salas cerradas y consumo hogareño creciente.

En el Audiovisual Ampliado el modelo digital siguió siendo de suscripción. Se sostuvo un pago regular a cambio de un servicio regular. Se asume como gasto fijo y no importó cuánto tiempo se destine para tal fin. En la Argentina esto tiene tradición con la TV por cable desde 1963. Y se extiende a los OTTs, que crecieron. La expansión de la oferta en el sector audiovisual en los OTTs fue la novedad central. En un mercado robusto como el argentino, la primera versión de las plataformas se consolidó, poco a poco, como un consumo complementario al modelo tradicional. La mayoría de quienes accedían a servicios de este tipo de jugadores era además cliente de un operador de TV paga. Durante 2021 y con la aparición de algunos modelos específicos más la consolidación de este tipo de consumos comenzó a identificarse la propuesta de consumos competitivos. Este tipo de lógicas incluye en la “biblioteca” contenidos de demanda sincrónica, como por ejemplo transmisiones deportivas.

Si bien en los emergentes no se ha consolidado más que uno de los jugadores (Star+) en la búsqueda de consumos sincrónicos, resulta una reacción al proceso de desintermediación que distingue al mercado. Esto tiene como resultado la ventaja central para el productor y/o dueño de contenidos exclusivos: ya no depende una red específica y única para llegar a sus clientes.

3. Ver en <https://www.infobae.com/america/tecno/2020/04/22/netflix-duplico-sus-ganancias-y-sumo-15-millones-de-suscriptores-por-la-cuarentena-del-coronavirus/> última visita 21 de abril de 2022.

4. Ver en <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/a-fondo-que-estan-mirando-argentinos-cuarentena-nid2357457> última visita 21 de abril de 2022.

5. Ver en <https://www.letrap.com.ar/nota/2020-4-21-11-35-0--que-ves-cuando-me-ves-tv-en-internet-en-cuarentena> última visita 21 de abril de 2022.

6. Ver en <https://www.infobae.com/america/tecno/2020/04/22/netflix-duplico-sus-ganancias-y-sumo-15-millones-de-suscriptores-por-la-cuarentena-del-coronavirus/> última visita 21 de abril de 2022.



Salirse del “cable” (o del satélite, es decir, de quien “empaqueta”) corre al intermediario. Pero, por otro lado, no permite emanciparse del que brinda el servicio de conexión a Internet.

La información fue un condimento clave en el conjunto de producción y consumos culturales en la Argentina desde marzo de 2020.

Como en muchas otras áreas de la vida social, la combinación de pandemia por Covid-19 y diferentes instancias de aislamiento social aceleró tendencias preexistentes. En ese contexto, los portales de noticias crecieron en su trayectoria de acaparar cada vez mayores niveles de las audiencias que buscan informarse.

En relación a la medición de consumo de audiencia, se observan cifras récord de visitas y de tiempo de consumo durante el primer mes de aislamiento social, preventivo y obligatorio, con una agenda dominada por el Covid-19. El porcentaje de cambio de visitantes resultó muy significativo.

Según datos de Comscore, hubo medios digitales que crecieron hasta casi cuatro veces en visitas respecto del mes de enero de 2020. Un panorama similar al que se dio con los sitios de los canales de TV abierta: el portal de la TV Pública expuso el mayor crecimiento con +423 por ciento.

El listado 2020 de visitantes únicos a portales informativos en la Argentina fue dominado por Infobae. Este sitio comenzó, según datos de Comscore, el año en el segundo lugar del ranking, detrás de Clarín.com, pero desde mediados de febrero alcanzó el liderazgo y lo mantuvo hasta agosto. En ese mes volvió a quedar en segundo lugar entre los sitios más vistos. Pero en septiembre volvió a encabezar la lista para completar el año en ese lugar. En el segundo lugar del podio quedó el sitio de noticias que es parte del principal conglomerado de medios de la Argentina. Durante las primeras semanas de ASPO abrió el acceso a las noticias vinculadas al Covid-19 para luego retomar su estrategia de comercialización. Recuperó por un mes (agosto) el tope de la lista para terminar el peculiar 2020 en segundo lugar.

Durante todo este período el sitio de noticias de la empresa La Nación se mantuvo en el tercer lugar. De este modo se constata que también en este soporte los medios que mayores niveles de audiencia acaparan son producidos y editados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En relación con esto, de acuerdo a los datos de Comscore⁷, el portal de la provincia de Mendoza MDZ online llegó en diciembre de 2020 al cuarto lugar del ranking. Experimentó un crecimiento vertiginoso e ininterrumpido durante todo el período. Comenzó el año en el puesto 14 y luego de desandar una trayectoria casi vertical se constituyó en el portal de noticias más visitado fuera de CABA, de los producidos en provincias. Superó en ese ítem por varios cuerpos al sitio cordobés oriundo de Córdoba La Voz (del diario homónimo), que llegó al octavo lugar y al también mendocino Los Andes, que alcanzó a ubicarse en el décimo lugar. Se destaca que en este último caso coexiste con un medio impreso, lo que refuerza la capacidad de acaparar audiencia de MDZ, con lógica equivalente a Infobae.

Fue un año de cierto crecimiento para el portal de Página 12, que comenzó 2020 en el séptimo lugar y lo terminó quinto, tras haber ocupado varios meses el cuarto. Fue seguido por el sitio de la señal de TV paga TN, el primero de los que corresponden a señales de TV, el segundo entre los primeros 10 que es propiedad del Grupo Clarín.

En séptimo lugar quedó el portal del bisemanario Perfil, de la editorial de ese nombre, que tuvo un año regular, dado que lo había comenzado en el sexto puesto. Y el último entre los primeros 10 que queda por mencionar es el noveno, ocupado por el sitio de Ámbito Financiero. Este medio se destacó entre los dedicados a la economía, es el primero del subsector. Experimentó un crecimiento relevante hasta el mes de julio, que lo llevó hasta el quinto puesto.

7. MMX® Multi-Platform, Enero-Diciembre 2020, Argentina, Sitios seleccionados por Totalmedios, Total Audience, Desktop 6+, Mobile 15+



La pospandemia y las confirmaciones

La salida de los aislamientos sociales, la vuelta a la presencialidad en escuelas, trabajos y universidades implicaron que la marea de alteraciones sociales y culturales bajara. Allí se pudo y puede ver qué quedó de los cambios en los comportamientos mediáticos de 2020 y qué prácticas también volvieron a “la normalidad”.

El caso de la televisión sirve para graficar la tendencia general de recuperación de audiencia de los medios tradicionales. Ocho de los doce meses de 2021 mostraron mayor encendido que en 2020. Junio fue el mes de mayor encendido, justificado por la participación de la selección masculina de fútbol en la Copa América (de la cual fue campeón)⁸. El crecimiento se reflejó centralmente en los canales de televisión abierta que, con Telefé a la cabeza, creció por encima de los seis puntos de rating de encendido. Los horarios de encendido que mostraron crecimiento fueron los de *prime time* y los de primera mañana, acorde a la vuelta a las rutinas. Mientras Telefé lideró de manera indiscutida la audiencia de canales abiertos, las señales de noticias marcaron una amplísima diferencia con el resto de las señales pagas. La brecha con las señales de cine y series pasó de 0,6 puntos de rating en enero a 1,5 puntos en el cierre del año. En este punto es destacable que TN y C5N superaron en encendido a Canal 9 y América TV, dos de los canales abiertos de Buenos Aires. Además, las señales deportivas perdieron espacio y terminaron el año con menos audiencia que las señales infantiles.

Como se menciona en el apartado anterior, la oferta y el consumo de plataformas audiovisuales OTTs crecieron mucho entre 2020 y 2021. Este último año fue el primero donde Netflix encontró un freno a su crecimiento en la porción de la torta de usuarios. De acuerdo a los datos de la agencia Havas, pasó del 32% al 25% del total de suscriptores y se ubicó muy cerca del segundo (Amazon Prime Video, 24%) y tercero (Disney+, 13%). Esto no

quiere decir que Netflix perdió suscriptores sino que la aparición de mayores competidores le quitó *share* de mercado.

El encendido de radio fue otro de los recuperados en 2021. En relación a 2020, en los trimestres intermedios (abril-junio y julio-septiembre), que son estacionalmente más fuertes, el total de rating creció por encima del 30% y superó los datos prepandémicos. La FM fue el principal motor de este crecimiento: de 2020 a 2021 creció un 90% su encendido y de 2019 a 2021 un 25%. Tal vez ese sea el motivo por el que una FM, La 100, pasó a ser la más escuchada del mercado porteño.

Algo que realmente se consolidó tras el paso de la pandemia fue el consumo de audio digital. Los *podcast*, de acuerdo a Havas, llegan a un 8% de los argentinos mientras las plataformas digitales (entre las que se encuentran las musicales) saltaron del 27% de consumo en 2020 a un 42% en 2021.

El contacto con los medios periodísticos fue otro punto de crecimiento en la pospandemia. Si bien los medios gráficos quedaron en un piso (muy) bajo del 9% de consumo (apenas tres puntos por encima del 6% de 2020), los portales informativos saltaron de un 24% en 2020 a un 35% en 2021. Allí, las tres principales marcas periodísticas digitales muestran crecimiento en cantidad de usuarios únicos: Infobae creció un 10%, La Nación lo mismo y superó a Clarín que quedó relegado al tercer lugar de los más visitados por un crecimiento de apenas el 2 por ciento.

Las redes sociales arrojaron confirmaciones durante 2021. Lo que en plena pandemia era novedad, el uso de TikTok, terminó por volverse masivo ese año: su cantidad de usuarios creció un 30% y alcanzó los 11,5 millones. Mientras Facebook se encuentra estancado y cuenta con cada vez menos uso, Instagram es la red social más consolidada (20,3 millones de usuarios), YouTube la más masiva (31,4 millones) y Twitter continúa como un espacio de nicho e intensidad (11,5 millones de usuarios).

8. Información disponible en el informe “Panorama de Medios Argentina 2022” de la Agencia Havas. Disponible en: <https://dossiernet.com.ar/articulo/havas-panorama-de-medios-2022-en-argentina-los-medios-de-comunicacion-se-consolidan-en-lo-digital/28508>

Inversión de la Industria estimada por CAAM
En millones de pesos

Sistema	Ene - Dic 2021		Ene - Dic 2020		Variación de la inversión '21 vs '20
	Inversión Industria estimada por CAAM	Share de inversión industria	Inversión Industria estimada por CAAM	Share de inversión industria	
Televisión	\$ 36.686	41%	\$ 21.092	41%	74%
Gráfica	\$ 1.790	2%	\$ 3.848	7%	-53%
Radio	\$ 7.069	8%	\$ 3.984	8%	77%
Vía Pública	\$ 8.053	9%	\$ 4.392	8%	83%
Cine	\$ 89	0%	\$ 49	0%	84%
Digital	\$ 35.792	40%	\$ 18.768	36%	91%
Total General	\$ 89.479	100%	\$ 52.132	100%	72%

Fuente: Cámara Argentina de Agencias de Medios.

Todos estos consumos digitales se materializan en una importante cantidad de tiempo promedio conectados a internet. Los argentinos pasan, en promedio, 9:38 horas al día en este espacio según el Digital 2022 Overview Report. Un 35% de esos minutos son ocupados en redes sociales.

El mercado publicitario se recuperó un 27% en dólares, y superó a la inflación en pesos⁹. La industria gráfica continuó su caída y parece haber confirmado su lugar marginal en la publicidad y los consumos. Mientras el mercado digital se acerca al dominio absoluto y en el próximo año superará a la televisión, la radio se sostiene en un lugar muy importante de la distribución. Más allá de estos números, la torta publicitaria aún no recupera su tamaño prepandémico de 2018 y 2019 cuando superaba los U\$1.000 millones y solo creció hasta los U\$890 millones. Esto demuestra que es esperable que el camino alcista continúe pero también que la digitalización se acelere.

Conclusiones

Los datos de consumos culturales y mediáticos en la Argentina durante 2020 y 2021 muestran que los cambios fueron muchos pero de distinto tipo y con diferentes impactos. Durante los primeros meses, la posibilidad de estar en los hogares la mayor parte del día hizo que los consumos viraran a plataformas digitales dada la alta disponibilidad de conexión a internet (especialmente fija, que suele ser de mayor calidad que la móvil). Esto aceleró los procesos de digitalización del consumo audiovisual, radiofónico y de prensa. Los medios tradicionales no informativos perdieron un espacio grande en la dieta.

Más allá de esta situación, en 2021 la vuelta a la presencialidad en muchos ámbitos sociales (trabajo, universidad y escuelas principalmente) permitió conocer de manera más clara el verdadero impacto a mediano plazo de la pandemia. Allí se encontró que algunos medios tradicionales cubren necesidades específicas en situaciones específicas. Es decir, se destacan más por una disponibilidad tecnológica-situacional que por sus contenidos. El caso de la radio y su repunte en 2021 es un ejemplo de esto, así como la recuperación de encendido en la televisión abierta. Sin embargo, esto no fue en detrimento del crecimiento del consumo de portales informativos (la prensa en papel no se recupera) y de plataformas digitales de *streaming* (con más y variada oferta).

Así, los cambios en los consumos culturales y mediáticos parecen trazar un camino de avances y retrocesos (entre digitales y analógicos) donde no hay unicidad y los distintos segmentos etarios y socioeconómicos cuentan con comportamientos residuales y emergentes que sostienen prácticas tradicionales al calor del aumento de la plataformización.

9. Información disponible en la web de la Cámara Argentina de Agencias de Medios: <https://www.agenciasdemedios.com.ar/inversiones-publicitarias/>

La salida de los aislamientos sociales, la vuelta a la presencialidad en escuelas, trabajos y universidades implicaron que la marea de alteraciones sociales y culturales bajara. Allí se pudo y puede ver qué quedó de los cambios en los comportamientos mediáticos.



<https://vocesenelfenix.economicas.uba.ar>