

ESTUDIOS

# EXPERIENCIAS GLOBALES DE LA INVESTIGACIÓN Y LA INNOVACIÓN DOCENTE SOBRE COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS

RAINER RUBIRA-GARCÍA  
FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA  
CARMEN CAFFAREL-SERRA  
EDICIÓN

CORRECCIÓN Y DISEÑO  
IRENE RODRÍGUEZ CABEZAS

INCLUYE LIBRO ELECTRÓNICO  
THOMSON REUTERS PROVIEW™



THOMSON REUTERS  
**ARANZADI**





EXPERIENCIAS GLOBALES DE LA  
INVESTIGACIÓN Y LA INNOVACIÓN  
DOCENTE SOBRE COMUNICACIÓN EN  
TIEMPOS DE CRISIS

GLOBAL EXPERIENCES ON SCHOLARLY  
INNOVATION AND RESEARCH ABOUT  
COMMUNICATION IN TIMES OF CRISIS

EXPÉRIENCES MONDIALES DE RECHERCHE  
ET D'INNOVATION PÉDAGOGIQUE SUR LA  
COMMUNICATION EN TEMPS DE CRISE

EXPERIÊNCIAS GLOBAIS DE PESQUISA  
E INOVAÇÃO DOCENTE SOBRE  
COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DE CRISE





EXPERIENCIAS GLOBALES DE LA  
INVESTIGACIÓN Y LA INNOVACIÓN  
DOCENTE SOBRE COMUNICACIÓN EN  
TIEMPOS DE CRISIS

GLOBAL EXPERIENCES ON SCHOLARLY  
INNOVATION AND RESEARCH ABOUT  
COMMUNICATION IN TIMES OF CRISIS

EXPÉRIENCES MONDIALES DE RECHERCHE  
ET D'INNOVATION PÉDAGOGIQUE SUR LA  
COMMUNICATION EN TEMPS DE CRISE

EXPERIÊNCIAS GLOBAIS DE PESQUISA  
E INOVAÇÃO DOCENTE SOBRE  
COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DE CRISE

*Edición*

RAINER RUBIRA-GARCÍA

*Universidad Rey Juan Carlos, España*

FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA

*Universidad Rey Juan Carlos, España*

CARMEN CAFFAREL-SERRA

*Universidad Rey Juan Carlos, España*

*Corrección y diseño*

IRENE RODRÍGUEZ CABEZAS

*Universidad Rey Juan Carlos, España*



THOMSON REUTERS

**ARANZADI**

Primera edición, 2022



THOMSON REUTERS PROVIEW™ eBOOKS

Incluye versión en digital

El editor no se hace responsable de las opiniones recogidas, comentarios y manifestaciones vertidas por los autores. La presente obra recoge exclusivamente la opinión de su autor como manifestación de su derecho de libertad de expresión.

La Editorial se opone expresamente a que cualquiera de las páginas de esta obra o partes de ella sean utilizadas para la realización de resúmenes de prensa.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com); 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

Por tanto, este libro no podrá ser reproducido total o parcialmente, ni transmitirse por procedimientos electrónicos, mecánicos, magnéticos o por sistemas de almacenamiento y recuperación informáticos o cualquier otro medio, quedando prohibidos su préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso del ejemplar, sin el permiso previo, por escrito, del titular o titulares del copyright.

Thomson Reuters y el logotipo de Thomson Reuters son marcas de Thomson Reuters

Aranzadi es una marca de Thomson Reuters (Legal) Limited

© 2022 [Thomson Reuters (Legal) Limited / Rainer Rubira-García, Flávia Gomes-Franco e Silva y Carmen Caffarel-Serra (eds.) y otros]

© Portada: Thomson Reuters (Legal) Limited

Editorial Aranzadi, S.A.U.

Camino de Galar, 15

31190 Cizur Menor (Navarra)

ISBN: 978-84-1124-949-2

DL NA 1428-2022

*Printed in Spain. Impreso en España*

Fotocomposición: Editorial Aranzadi, S.A.U.

Impresión: Rodona Industria Gráfica, SL

Polígono Agustinos, Calle A, Nave D-11

31013 – Pamplona

## *Comité científico*

JAMAL EDDINE

*Université de Rabat, Marruecos*

OUMAR KANE

*Université du Québec à Montréal, Canadá*

CARMEN RICO

*Université du Québec à Montréal, Canadá*

YVES THÉORÊT

*Université du Québec à Montréal, Canadá*

JOSÉ LUIS PIÑUEL

*Universidad Complutense de Madrid, España*

BERTRAND CABEDOCHÉ

*Université Grenoble Alpes, Francia*

MARISOL CANO

*Pontificia Universidad Javeriana, Colombia*

MANUEL ALEJANDRO GUERRERO

*Universidad Iberoamericana, México*

ERIC OLMEDO

*The National University of Malaysia, Malasia*



# Índice

## Página

PRÓLOGO: VOCES MÚLTIPLES, UN RETO COMÚN .....	23
PROLOGUE: MULTIPLE VOICES, A COMMON CHALLENGE .....	29
PROLOGUE: PLUSIEURS VOIX, UN DÉFI COMMUN .....	35
PREFÁCIO: MÚLTIPLAS VOZES, UM DESAFIO COMUM .....	41

## PARTE I

### APROXIMACIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS A LA COMPRENSIÓN DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS

URGÊNCIA, SENSIBILIDADE À MUDANÇA, INOVAÇÃO E A COMUNICAÇÃO COMO DIFERENÇA .....	49
--	----

FABIO B. JOSGRILBERG

A política da inovação emergencial .....	49
A comunicação como diferença .....	54
Referências bibliográficas .....	58

UNE OCCASION DE METTRE À JOUR ET DE RÉINTERPRÉTER L'APPROCHE DE L'ESPACE PUBLIC DANS LES TRAVAUX D'INFORMATION – COMMUNICATION .....	61
--	----

BERNARD MIÈGE

Préalables .....	62
Parmi les transformations des sociétés en cours: .....	63
Ce que deviennent les «modèles de communication» .....	65
Les principales mutations de l'Espace public en rapport avec la crise sanitaire .....	69
Références bibliographiques .....	72

## **SUSTAINABLE HEALTH, INEQUALITIES AND OCCUPATIONAL THERAPY: WHAT ROLE FOR THE MEDIA? ..... 75**

ANNIKKI AROLA

MATTEO STOCCHETTI

### **Health and Society: the role of the media ..... 76**

#### **The role of the media: the nature and directions of their influence ..... 77**

#### **Capitalism, media, and vulnerability in developed societies ..... 79**

##### *The media and loneliness ..... 82*

### **The media and the pandemic crisis ..... 83**

##### *The impact of the pandemic on health and inequalities ..... 83*

##### *The impact of the pandemic on the media ..... 83*

##### *The impact of the media on health and inequalities during the pandemic ..... 85*

### **The media and national health cultures ..... 88**

### **The media, health, and inequalities: part of the problem or the solution? ... 89**

##### *The media as a problem or the solution? Our present condition ..... 89*

##### *About equality, ideology & education ..... 90*

##### *Why we need public service media? ..... 91*

### **References ..... 92**

### **Further readings ..... 92**

## **COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CRISIS. NARRATIVAS DEL YO PARA UNA SOCIEDAD QUEBRADA ..... 95**

JACQUELINE VENET GUTIÉRREZ

YISSEL ARCE PADRÓN

SANDRO ARRUFAT MARTÍN

### **Introducción. Una crisis y un país ..... 96**

##### *El ocaso del sujeto en un paisaje en crisis ..... 97*

##### *Ni certeza ni estabilidad ..... 101*

### **Referencias bibliográficas ..... 102**

## **LAS TIC COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN LA ERA COVID-19. APROXIMACIÓN HISTÓRICA DESDE LA UNESCO ..... 105**

JUAN IGNACIO MARTÍNEZ DE MORENTIN DE GOÑI

CONCEPCIÓN MEDRANO SAMANIEGO

### **Introducción ..... 106**

	<i>Página</i>
<b>Metodología</b> .....	106
<b>Resultados</b> .....	107
<b>La UNESCO y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación</b> .....	108
<b>Nuevas tecnologías (1964-1974)</b> .....	109
<b>Informática</b> .....	110
<b>Nuevas tecnologías e informática en educación</b> .....	111
<b>Nuevas tecnologías: al servicio de la cultura, la tolerancia y la paz</b> .....	116
<b>Conclusiones</b> .....	117
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	118
 <b>AMPLIACIÓN DE LAS DESIGUALDADES Y BRECHAS DIGITALES EN MÉXICO: UN ANÁLISIS EN EL CONTEXTO DE COVID-19</b> .....	 119
ANIDELYS RODRÍGUEZ-BRITO	
DASNIEL OLIVERA PÉREZ	
<b>Introducción</b> .....	120
<b>Apuntes teóricos. Los conceptos brecha digital y desigualdad digitales y su relación con la vulnerabilidad social</b> .....	121
<b>Las desigualdades digitales</b> .....	122
<b>Metodología</b> .....	124
<b>Análisis de resultados</b> .....	125
<b>Acceso a la infraestructura tecnológica. Disponibilidad de dispositivos de conexión</b> .....	126
<b>Acceso a Internet en el hogar</b> .....	128
<b>Usos de Internet</b> .....	130
<b>Habilidades para el uso de las TIC</b> .....	135
<b>¿Qué dicen los datos sobre la condición dinámica y estructural de las desigualdades digitales en la coyuntura de la pandemia?</b> .....	137
<b>Discusión de los resultados y conclusiones</b> .....	139
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	140



**PARTE II****ENCUADRE, DESINFORMACIÓN Y PERIODISMO  
EN TIEMPOS DE CRISIS**

<b>¡PLANDEMIA! UNA CARACTERIZACIÓN DE LOS DISCURSOS, VALORES Y BASES SOCIALES EN LA (DES)INFORMACIÓN SOBRE LA COVID-19</b> .....	147
ION ANDONI DEL AMO CASTRO	
<b>Introducción</b> .....	148
<b>Valores y bases sociales movilizados en los discursos críticos con la información sobre la Covid-19</b> .....	148
<b>Naturismo y ecologismo “esotérico”</b> .....	149
<b>Las teorías de la dominación</b> .....	150
<b>La libertad ¿libertaria o neoliberal?</b> .....	151
<b>La derecha alternativa</b> .....	152
<b>La fatiga pandémica</b> .....	152
<b>Un difícil diálogo</b> .....	153
<b>El contexto general: la sociedad fragmentada</b> .....	153
<b>Conclusiones</b> .....	156
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	157
<b>MÉDIAS SOCIAUX ET INFOX EN SITUATION DE PANDÉMIE</b> .....	161
PHILIPPE VIALLO	
CÉCILE DOLBEAU-BANDIN	
JÉRÉMY PICOT	
<b>Médias sociaux et infox en situation de pandémie</b> .....	162
<b>Le lien entre rumeur et médias sociaux</b> .....	162
<b>Le terrain</b> .....	164
<b>Conclusion</b> .....	168
<b>Références bibliographiques</b> .....	168

**DESMONTANDO FAKE NEWS EN ARGENTINA. REFLEXIONES SOBRE LA VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN PUBLICADA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES ..... 173**

MALVINA RODRÍGUEZ

AIMÉ AMINAHUEL

**Introducción ..... 174**

**El desafío de comunicar la pandemia en un mundo socio-digitalizado ..... 176**

**El desafío de combatir la infodemia: la plataforma CONFIAR ..... 178**

**Al cuidado del Estado: alcances de la verificación oficial de noticias en la plataforma Confiar ..... 180**

**Conclusiones ..... 187**

**Referencias bibliográficas ..... 188**

**LAS FAKE NEWS EN EL CONTEXTO ECUATORIANO A INICIOS DE LA PANDEMIA DE COVID-19 ..... 193**

MEYSIS CARMENATI GONZÁLEZ

KAREN ANDREA PONCE LUCAS

**Introducción ..... 194**

**Método y fundamentación teórica ..... 195**

**Los primeros meses de la pandemia ..... 197**

**Resultados ..... 198**

**Conclusiones ..... 200**

**Referencias bibliográficas ..... 203**

**FUENTES, ENFOQUES Y POLITIZACIÓN DE LAS NOTICIAS SOBRE LA COVID-19 EN LA PRENSA PERUANA ..... 207**

MARÍA MENDOZA-MICHILOT

**Introducción ..... 208**

**Riesgos, catástrofes y agenda temática ..... 209**

**Calidad periodística en la agenda Covid-19 ..... 210**

**La metáfora de la red y la gestión de las fuentes ..... 211**

**Metodología ..... 212**

**Resultados ..... 214**

*Temas más frecuentes relacionados con la pandemia ..... 214*

*Actores principales y fuentes de información ..... 217*

	<i>Página</i>
<i>Relaciones entre temas, actores y fuentes</i> .....	221
<b>Temas y actores</b> .....	221
<b>Temas y fuentes</b> .....	223
<i>Rutinas periodísticas alteradas</i> .....	225
<b>Conclusiones</b> .....	226
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	228
 <b>METAPHORICAL FRAMING OF THE COVID-19 VACCINATION IN LITHUANIAN MEDIA DISCOURSE</b> .....	 233
NEDAS JURGAITIS	
<b>Introduction</b> .....	234
<b>Theoretical framework</b> .....	235
<b>State of research</b> .....	238
<b>Data collection</b> .....	238
<b>Source domains of the vaccination metaphors</b> .....	239
<i>Source domain inanimate nature</i> .....	239
<i>Source domain plants</i> .....	241
<i>Source domain animals</i> .....	241
<i>Source domain humanity</i> .....	241
<i>Source domain supernatural</i> .....	243
<b>The communicative value of conceptual vaccination metaphors</b> .....	243
<b>Conclusions</b> .....	244
<b>References</b> .....	245
 <b>¿CÓMO SE HA COMPORTADO LA PRENSA ESPAÑOLA EN TWITTER DURANTE LOS ESTADOS DE ALARMA PROVOCADOS POR LA COVID-19?</b> .....	 249
VICTORIA MORA DE LA TORRE	
ANTONIO DÍAZ LUCENA	
<b>Introducción</b> .....	250
<b>Objetivos y Metodología</b> .....	252
<b>Resultados del análisis</b> .....	253
<i>Los tuits publicados</i> .....	253
<i>Análisis de las cuentas: la respuesta de los usuarios</i> .....	255

## ÍNDICE

	<i>Página</i>
<i>Principales elementos diferenciadores en los Tuits: empleo de # y etiquetas</i> .....	256
<i>Valor económico del Tuit</i> .....	257
<b>Discusión</b> .....	258
<b>Conclusiones</b> .....	260
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	261
 <b>EL USO DE LA EMOCIÓN DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19: EL CASO DE ABC Y EL PAÍS</b> .....	 265
BEATRIZ MUÑOZ HIDALGO	
<b>Marco teórico</b> .....	266
<b>Metodología y estudio</b> .....	268
<b>Trabajo de campo y análisis de datos</b> .....	269
<b>Resultados</b> .....	269
<i>Sección</i> .....	269
<i>Autoría</i> .....	270
<i>Temática</i> .....	271
<i>Titular</i> .....	271
<i>Apelación a la emoción</i> .....	272
<i>Recursos gráficos</i> .....	273
<b>Discusión y conclusiones</b> .....	274
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	275
 <b>EL “CORTO ALCANCE” INFORMATIVO: EL VIRAJE HACIA EL ÁMBITO DOMÉSTICO DEL PERIODISMO GASTRONÓMICO EN ESPAÑA DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19</b> .....	  279
MARÍA YANET ACOSTA MENESES	
<b>Cocinar o guisar</b> .....	280
<b>La llamada de los hashtags</b> .....	283
<b>Al olor del pan</b> .....	285
<b>Obscenidades en una botella</b> .....	286
<b>Lo que queda</b> .....	289
<b>Conclusiones</b> .....	291
<b>Bibliografía</b> .....	292

### PARTE III

#### RETOS EDUCATIVOS EN LA ERA COVID-19

#### **RISK TRANSLATED: MIDDLE MANAGERS' VIEWS ON STRATEGIC COMMUNICATION IN HEI DURING THE COVID-19 PANDEMIC ..... 295**

LINA TAMUTIENÉ

<b>Introduction .....</b>	<b>296</b>
<i>Methodology/approach .....</i>	<i>296</i>
<b>Background literature review and theoretical framework .....</b>	<b>297</b>
<i>Translation .....</i>	<i>297</i>
<i>Risk communication .....</i>	<i>298</i>
<i>The role of middle managers .....</i>	<i>298</i>
<b>Main findings .....</b>	<b>298</b>
<b>Discussion and Conclusions .....</b>	<b>299</b>
<b>Limitations .....</b>	<b>300</b>
<b>Acknowledgment .....</b>	<b>300</b>
<b>References .....</b>	<b>300</b>

#### **L'APPORT DES PLATEFORMES D'APPRENTISSAGE MÉDIATISÉ PENDANT LA PANDÉMIE DE COVID-19 ..... 303**

BRAHIM ABARAGH

<b>Introduction .....</b>	<b>303</b>
<b>Le contexte du numérique dans l'enseignement supérieur .....</b>	<b>304</b>
<b>Cadres théorique et méthodologique .....</b>	<b>305</b>
<b>Contexte des TICE pour les apprenants .....</b>	<b>305</b>
<i>Cadre théorique pour un enseignement efficace .....</i>	<i>306</i>
<i>L'apprentissage résulte d'une construction personnelle des connaissances .....</i>	<i>306</i>
<i>L'apprenant doit s'engager cognitivement dans le traitement de l'information .....</i>	<i>306</i>
<i>L'apprenant doit mettre en application les nouvelles connaissances .....</i>	<i>306</i>
<i>L'apprenant doit prendre conscience de ses stratégies métacognitives .....</i>	<i>307</i>
<i>Un apprentissage favorisé par les TICE .....</i>	<i>307</i>
<b>Qu'entend-On Par les «compétences numériques»? .....</b>	<b>307</b>
<i>Apprentissage et TICE .....</i>	<i>307</i>
<i>Enseignant, apprentissage et TICE quel rapport? .....</i>	<i>308</i>

	<i>Página</i>
<b>Conclusion</b> .....	309
<b>Références bibliographiques</b> .....	310
 <b>LA INNOVACIÓN EDUCATIVA Y LA ADECUACIÓN DE LOS PROCESOS FORMATIVOS EN EL CONTEXTO DE PANDEMIA Y DISTANCIAMIENTO SOCIAL</b> .....	 313
ISABEL MARÍA GÓMEZ TRIGUEROS	
<b>Introducción</b> .....	314
<b>Algunos apuntes sobre las formas de adaptación a la educación en pandemia</b> .....	315
<i>La brecha digital en España en el contexto de la COVID-19</i> .....	316
<i>Fortalezas y debilidades de la docencia virtual</i> .....	318
<b>Conclusiones</b> .....	319
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	320
 <b>INCERTITUDES ET INNOVATION PÉDAGOGIQUE EN INFO-COMMUNICATION DANS DEUX UNIVERSITÉS DE MADAGASCAR</b> .....	 323
LUCIE RABAOVOLOLONA RAHARINIRINA	
RIJA FENOSOA ANDRIANANTOANINA	
<b>Introduction</b> .....	324
<b>Cas étudié: Deux formations en communication à Madagascar</b> .....	324
<b>Indicateurs de dynamique locale</b> .....	325
<b>Innovation pédagogique universitaire: notions et concepts</b> .....	326
<b>Les déterminants de l'adaptation du processus de l'enseignement à distanciel</b> .....	326
<i>Les incertitudes à triple entrées</i> .....	327
<i>Incertitude 1: Comment s'approprier d'un enseignement à distance dans un contexte de traditions écrite et orale?</i> .....	327
<i>Incertitude 2: Quel format et quel contenu en termes de pratiques d'encadrement des activités de terrain ou de suivi de stage?</i> .....	329
<i>Incertitude 3: Quels profils de ressources humaines pour gérer à la fois les outils du distanciel et le contenu pour que la distanciation sociale ne fragilise pas le relationnel et anticiper les besoins en termes de gestion de crises?</i> .....	331
<b>Profil de ressources humaines pour l'opérationnalisation de stage</b> .....	332
<b>Les transformations attendues</b> .....	333
<b>L'agir de l'étudiant</b> .....	333

<b>Qu'en est-il de l'agir de l'enseignant?</b> .....	334
<b>Conclusion</b> .....	336
<b>Références bibliographiques</b> .....	336

## PARTE IV

### EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN LOS ESCENARIOS DE LA PANDEMIA

<b>INDONESIAN GOVERNMENT POLICIES DURING THE PANDEMIC AND ITS IMPACT ON SOCIETY</b> .....	341
---	-----

BENEDICTUS HELPRIS ESTASWARA

UMAR HALIM

<b>Introduction</b> .....	342
<b>Conceptual framework</b> .....	344
<b>Method</b> .....	344
<b>Result and discussion</b> .....	344
<i>Interview result</i> .....	344
Knowledge .....	344
Attitude .....	349
Practice .....	351
<b>Discussion</b> .....	352
<i>First, the knowledge aspect</i> .....	352
<i>Second, the attitude aspect</i> .....	353
<i>Third, the practice aspect</i> .....	353
<b>Conclusion</b> .....	354
<b>References</b> .....	354

<b>THE RECEPTION AND INFORMATION PROCESSES ADOPTED TO ADDRESS THE COVID-19 PANDEMIC AS SMALL BUSINESSES IN INDONESIA</b> .....	355
--	-----

ANDI FAISAL BAKTI

RETOR AQUINALDO WIRABUANAPUTERA KALIGIS

ANNA AGUSTINA

<b>Introduction</b> .....	356
<i>Theoretical Framework</i> .....	358

## ÍNDICE

	<i>Página</i>
<b>Metodology</b> .....	359
<b>Results and discussion</b> .....	360
<b>Conclusion</b> .....	371
<b>References</b> .....	371
 <b>SOCIAL MEDIA MESSAGE WRITING STYLES OF DIGITALIZED SMALL ENTERPRISES IN INDONESIA DURING THE COVID-19 PAN- DEMIC</b> .....	 375
ANNA AGUSTINA	
RETOR A.W. KALIGIS	
MUHAMMAD ROSIT, M. SI.	
<b>Background</b> .....	376
<b>Literature review</b> .....	377
<b>Methodology</b> .....	378
<b>Result</b> .....	379
<b>Conclusion</b> .....	387
<b>References</b> .....	388
 <b>ANALYZING DISCOURSE AND ACTORS ON TWITTER IN RELATION TO THE LOCKDOWN POLICIES ADOPTED IN INDONESIA AND IN MALAYSIA</b> .....	 389
EDIE TOET HENDRATNO	
RIZA DARMA PUTRA	
SULUH GEMBYENG CIPTADI	
<b>Background</b> .....	390
<b>Theoretical Framework</b> .....	393
<b>Method</b> .....	394
<b>Result and Discussion</b> .....	395
<b>Actor and Network Analysis</b> .....	399
<b>Conclusion</b> .....	402
<b>References</b> .....	402



<b>COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN EL PERÚ: BALANCE Y PERSPECTIVAS</b> .....	403
ESTELA ROEDER	
PETER BUSSE	
<b>Introducción</b> .....	404
<b>Las lecciones aprendidas en comunicación frente a las pandemias en el Perú: El Cólera, H1N1, COVID-19</b> .....	405
<i>El cólera y H1N1, el inicio del aprendizaje</i> .....	405
<i>Llegó el COVID-19 al Perú</i> .....	406
<i>El Comando COVID</i> .....	407
<i>Entrada de la comunicación: Entre lo político o sectorial</i> .....	407
<i>Las conferencias permanentes</i> .....	408
<i>Se realiza el primer sondeo de opinión de parte del gobierno</i> .....	408
<i>El escenario social en la pandemia</i> .....	409
<i>El escenario político de la pandemia</i> .....	409
<i>La comunicación en tiempos de pandemia</i> .....	409
<i>El inicio, anuncio de la llegada del virus al país</i> .....	410
<i>La “primera ola” y la comunicación</i> .....	410
<i>La “segunda ola”, comunicar y actuar</i> .....	411
<i>El proceso de vacunación por COVID-19</i> .....	412
<b>A modo de reflexión ¿qué se podría incorporar en una respuesta de comunicación frente a una nueva pandemia extrema en el país?</b> .....	413
<b>Conclusiones</b> .....	414
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	415
 <b>CRISIS COMMUNICATION IN PANDEMIC TIMES. DIGITAL REPUTATION MANAGEMENT BY THE GENERAL DIRECTORATE FOR HEALTH OF PORTUGAL</b> .....	419
ANA RAQUEL LOPES	
ANA MAFALDA MATIAS	
<b>Introduction</b> .....	420
<b>Subject</b> .....	421
<b>Crisis management in organizations</b> .....	421
<b>Crisis categories</b> .....	422
<b>Crisis Communication Tools</b> .....	423

	<i>Página</i>
<b>Material tools – The crisis manual .....</b>	<b>424</b>
<b>Material tools – The communication plan on social media .....</b>	<b>424</b>
<b>Case study – the communication model of the DGS in combating the crisis .....</b>	<b>426</b>
<b>Data collection .....</b>	<b>426</b>
<b>Results and concluding notes .....</b>	<b>427</b>
<b>References .....</b>	<b>431</b>
 <b>LA CRISIS DEL COVID-19 Y EL SECTOR DE LOS EVENTOS EN ESPAÑA. NUEVOS RETOS ECONÓMICOS Y DE COMUNICACIÓN .....</b>	 <b>435</b>
ALICIA RAMÍREZ GARCÍA	
FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA	
<b>Introducción .....</b>	<b>436</b>
<i>Los eventos como herramienta de comunicación .....</i>	<i>437</i>
<i>La aparición del Covid-19: contextualización de la crisis sanitaria provocada por el nuevo coronavirus .....</i>	<i>438</i>
<b>Objetivos y metodología .....</b>	<b>439</b>
<b>Análisis de la situación .....</b>	<b>440</b>
<i>El escenario empresarial en el inicio de la crisis sanitaria .....</i>	<i>440</i>
<i>Los efectos de la crisis del Covid-19 en el sector de los eventos .....</i>	<i>441</i>
<i>Medidas destacadas y nuevos escenarios ante la crisis sanitaria .....</i>	<i>442</i>
<b>Propuesta de plan de acción: la tecnología a favor de los eventos .....</b>	<b>443</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>444</b>
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>445</b>
 <b>ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN REDES SOCIALES DEL MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA Y DEL CENTRO DE ARTE DOS DE MAYO DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19 .....</b>	 <b>449</b>
SARA JÁÑEZ DOLZ	
RAINER RUBIRA GARCÍA	
CARLOS LOZANO ASCENCIO	
<b>Introducción .....</b>	<b>450</b>
<b>El museo participativo, la revolución museística de nuestro tiempo .....</b>	<b>451</b>
<b>El Centro Nacional de Arte Reina Sofía (Madrid) y el Centro de Arte Dos de Mayo (Móstoles) en situación de pandemia .....</b>	<b>452</b>

	<i><u>Página</u></i>
<b>Buenas prácticas ante la pandemia: cómo comunicarse con los públicos en la distancia</b> .....	453
<b>Metodología</b> .....	454
<b>Resultados</b> .....	455
<b>Conclusiones</b> .....	457
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	457
 <b>BIOGRAFÍA DE LOS AUTORES</b> .....	 461

*Thomson Reuters ProView. Guía de uso*

## *Prólogo: voces múltiples, un reto común*

En medio de la pandemia que estamos viviendo, provocada por el Covid-19, creemos que hoy más que nunca urge reflexionar sobre los procesos de comunicación e información generados en torno a la crisis sanitaria, los fenómenos de desinformación y noticias falsas que vivimos día a día, las dificultades en las dinámicas de consenso y disenso en la opinión pública, así como los muchos y variados retos institucionales, políticos, culturales y hasta éticos que se nos presentan en esta era de la posverdad.

Este libro es en sí el resultado de una emergencia. A lo largo de los últimos años hemos sido testigos de las nefastas consecuencias sobre nuestra cotidianidad y modos de vida que nos ha traído este coronavirus, que también ha afectado por supuesto las propias dinámicas investigadoras y docentes de nuestro campo académico. Se evidencia, una y otra vez, la importancia capital del multilateralismo y de la colaboración global para el desarrollo del trabajo científico frente a los inmensos retos actuales.

La Universidad Rey Juan Carlos, desde Madrid, España, con motivo añadido de la celebración de su vigesimoquinto aniversario, se congratula de reunir en este volumen a investigadores del más alto nivel para contribuir desde sus realidades multiculturales con una obra coral que, sin embargo, manifiesta un interés humanista comúnmente compartido por la comprensión de la comunicación desde un punto de vista transdisciplinar. Para ello hemos contado con la inestimable ayuda de un comité científico de reconocido prestigio, proveniente de diferentes instituciones de renombre en nuestro campo académico a nivel internacional, con el auspicio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco).

De tal suerte, nuestra Cátedra Unesco de Investigación en Comunicación y la Red de las Cátedras Unesco de Comunicación, uno de los más relevantes programas de cooperación académica UNITWIN a nivel global, ofrecen en este texto un recorrido por diferentes experiencias globales de la investigación sobre comunicación en tiempos de crisis, con el fin de permitir una mirada de conjunto, reflexiva y crítica, sobre las realidades comunicativas de la pandemia.

Esta obra tiene, pues, por objeto establecer un diálogo constructivo en torno a los obstáculos sociocomunicativos impuestos por la pandemia ocasionada por el avance descontrolado del virus SARS-CoV-2 a escala mundial. Son numerosas las consecuencias de esta nueva realidad en el ámbito que nos ocupa, la comunicación, que se ha visto trastocada por un escenario informativo cambiante, que ha ido trazando

caminos alternativos a las conocidas rutinas profesionales del campo a raíz de acciones individuales, grupales, empresariales y gubernamentales en entornos online y offline.

Este interés transdisciplinar se recoge en los numerosos estudios científicos y académicos que aquí se presentan. La primera parte del libro, titulada “Aproximaciones teóricas y metodológicas a la comprensión de los procesos de comunicación en situaciones de crisis”, pretende ofrecer las claves conceptuales que construyen los fundamentos de una problemática que ha sido abordada desde una perspectiva global por investigadores de todo el mundo.

En el capítulo que encabeza la obra, “Urgência, sensibilidade à mudança, inovação e a comunicação como diferença”, Fabio B. Josgrilberg (Universidade Metodista de São Paulo, Brasil) retoma la agenda Environment, Social and Governance (ESG) en una aproximación teórica, incidiendo en la movilización de los *stakeholders* en torno a la emergencia climática y la importancia de los procesos de comunicación en la concienciación y sensibilización de la sociedad respecto a los urgentes cambios sociales y económicos para la conservación del medioambiente.

A continuación, en “Une occasion de mettre à jour et de réinterpréter l’approche de l’Espace public dans les travaux d’information-communication”, Bernard Miège (Université Grenoble Alpes, France) analiza la cuestión del espacio público y su construcción conceptual en investigaciones realizadas en el ámbito de la información y la comunicación en el contexto de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19.

El tercer capítulo, “Sustainable Health, Inequalities and Occupational Therapy: what role for the media?”, firmado por Annikki Arola y Matteo Stocchetti (Arcada University of Applied Sciences, Finland), se centra en el papel de los medios de comunicación en la representación de la salud, así como el impacto que ha supuesto la pandemia en la labor representativa e informativa de los medios a la hora de abordar conceptos complejos como salud o las desigualdades.

Jacqueline Venet Gutiérrez (Universidad Rey Juan Carlos, España), Yissel Arce Padrón (Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México) y Sandro Arrufat Martín (Universidad Rey Juan Carlos) dan continuidad a la reconstrucción del panorama definitorio de la problemática provocada por el Covid-19 desde una perspectiva distinta –“Comunicación audiovisual y crisis. Narrativas del Yo para una sociedad quebrada”–, abordando la crisis del ‘yo’ desde la actuación de la realidad exterior sobre el sujeto y la subjetividad mediante el análisis de la representación cinematográfica de las crisis políticas, sociales, económicas y sanitarias ocurridas en España.

Retomando el marco que propicia esta puesta en común de líneas de pensamiento e investigaciones en torno a los procesos comunicativos desarrollados en la crisis sanitaria, Juan Ignacio Martínez de Morentin de Goñi y Concepción Medrano Samaniego (Universidad del País Vasco, España) proponen una relectura de las Declaraciones y Recomendaciones de la Unesco acerca de la comunicación y las tecnologías para comprobar su vigencia, actualidad y aplicabilidad en contextos actuales como los vividos durante la pandemia en el capítulo titulado “Las TIC como un medio de comunicación en la era Covid-19. Aproximación histórica desde la Unesco”.

El cierre de la primera parte de esta obra viene de la mano de los investigadores Anidelys Rodríguez-Brito (El Colegio Mexiquense A.C., México) y Dasniel Olivera Pérez (Universidad Nacional Autónoma de México). En “Ampliación de las desigualdades y brechas digitales en México: un análisis en el contexto de COVID-19”, los autores invitan a reflexionar acerca de los efectos del nuevo coronavirus en cuanto al agravamiento de la desigualdad de acceso a Internet, situación que ha acentuado todavía más las brechas digitales existentes en México, poniendo el foco sobre el abismo entre las zonas rurales y urbanas.

La segunda parte de la obra, “Encuadre, desinformación y periodismo en tiempos de crisis”, reúne una serie de estudios centrados en la práctica informativa y periodística en una etapa compleja, dictada por la incertidumbre provocada por una enfermedad hasta entonces desconocida. En el capítulo “¡Plandemia! Una caracterización de los discursos, valores y bases sociales en la (des)información sobre la Covid-19”, Ion Andoni del Amo Castro (Universidad del País Vasco, España) pone en evidencia la desconfianza social que da lugar al resurgimiento de los negacionismos y las teorías conspiratorias (o conspiranoicas), observando diferentes sectores de la sociedad que los fomentan y los hacen aún más visibles gracias a las TIC.

Por su parte, Philippe Viallon (Université de Strasbourg, Francia), Cécile Dolbeau-Bandin (Université de Caen, Francia) y Jérémy Picot (Universités de Strasbourg y de Caen, Francia), en el estudio que lleva como título “Médias sociaux et infox en situation de pandémie”, desarrollan el concepto de infodemia en el contexto de la sobreexposición de la ciudadanía a infinidad de contenidos publicados y compartidos en redes sociales acerca del Covid-19, muchos de ellos carentes de contraste o científicidad.

En esta línea, encontramos también el trabajo realizado por Malvina Rodríguez y Aimé Aminahuel (Universidad Nacional de Villa María, Argentina), “Desmontando Fake News en Argentina. Reflexiones sobre la verificación de información publicada en medios de comunicación y redes sociales”, capítulo que destaca la proliferación de las *fake news* durante la crisis sanitaria, lo que ha dado lugar a la generación de una pandemia paralela: la desinfodemia.

En el capítulo “Las fake news en el contexto ecuatoriano a inicios de la pandemia de COVID-19”, Meysis Carmenati González y Karen Andrea Ponce Lucas (Universidad Central del Ecuador) dibujan la realidad ecuatoriana, específicamente durante los tres primeros meses de pandemia, llevando a cabo un análisis de *fake news* cuyo efecto sobre la sociedad podría desestabilizar el modelo capitalista actual o incluso romper la cohesión del sistema y sus bases definitorias.

A su vez, María Mendoza-Michilot (Universidad de Lima, Perú) propone un acercamiento a la labor de los medios de comunicación durante la crisis sanitaria desde la perspectiva del periodismo de riesgo y catástrofes en Perú, destacando aspectos tales como la calidad informativa, el uso de fuentes, la agenda temática o la politización en “Fuentes, enfoques y politización de las noticias sobre la Covid-19 en la prensa peruana”.

A continuación, en el capítulo “Metaphorical framing of the Covid-19 vaccination in Lithuanian media discourse”, Nedas Jurgaitis (Šiauliai State University of

Applied Sciences, Lithuania) realiza un análisis lingüístico de textos mediáticos, identificando las figuras retóricas, con énfasis en las metáforas conceptuales, que caracterizan el discurso de los medios de comunicación de Lituania sobre la vacuna contra el nuevo coronavirus.

Centrándose en el escenario informativo español, Victoria Mora de la Torre y Antonio Díaz Lucena (Universidad Rey Juan Carlos, España) elaboran el estudio “¿Cómo se ha comportado la prensa española en Twitter durante los estados de alarma provocados por la Covid-19?”, en el que apuestan por una aproximación multidisciplinar, de carácter cuantitativo y cualitativo, al comportamiento de la prensa española en la red social Twitter con el fin de comprobar si la práctica periodística en esta plataforma se ha visto alterada durante una situación tan extraordinaria como la que ha provocado la pandemia.

El penúltimo capítulo de esta segunda parte, “El uso de la emoción durante la pandemia del Covid-19: el caso de ABC y El País”, lleva la firma de Beatriz Muñoz Hidalgo (Universidad de Málaga, España). A través de esta propuesta, la investigadora trata de detectar los cambios producidos en las rutinas periodísticas y la agenda mediática en tiempos de pandemia, observando especialmente la presencia de la emoción en la construcción del discurso que conforma la narrativa periodística característica de las piezas informativas sobre el Covid-19 en España.

María Yanet Acosta Meneses (Universidad Rey Juan Carlos, España) cierra este apartado de la obra con “El ‘corto alcance’ informativo: el viraje hacia el ámbito doméstico del periodismo gastronómico en España durante la pandemia de la COVID-19”, promoviendo una aproximación al periodismo gastronómico desde el ámbito doméstico, que ha cobrado importancia y visibilidad durante los periodos de confinamiento provocados por las medidas de contención del SARS-CoV-2.

Otro aspecto que cabe destacar en escenarios de crisis como el que contempla este libro es sin duda la educación. La tercera parte, “Retos educativos en la era Covid-19”, está dedicada a los estudios que dan cuenta del panorama educativo mundial en relación con la comunicación, las tecnologías o las propias instituciones educativas, como es el caso de “Risk translated: middle managers’ views on strategic communication in HEI during the COVID-19 pandemic”, capítulo elaborado por Lina Tamutienė (Šiauliai State University of Applied Sciences, Lithuania), quien estudia la comunicación de riesgo con énfasis en los receptores y traductores del riesgo durante la pandemia, buscando conocer las opiniones sobre la comunicación estratégica en las instituciones de educación superior.

Brahim Abaragh (Le Havre Normandie Université, Francia) presenta el estudio “L’apport des plateformes d’apprentissage médiatisé pendant la pandémie de COVID 19”, en el que aborda el papel de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado marroquí en el contexto internacional provocado por el Covid-19, observando asimismo el proceso de apropiación de la tecnología en escenarios de educación a distancia.

Con el capítulo “La innovación educativa y la adecuación de los procesos formativos en el contexto de pandemia y distanciamiento social”, Isabel María Gómez Trigueros (Universidad de Alicante, España) retoma los grandes desafíos educativos

impuestos por las situaciones de confinamiento vividas durante la crisis sanitaria, como la continuidad de las clases o la dificultad a la hora de establecer un vínculo pedagógico entre alumnado y profesorado en un entorno virtual.

Por último, Lucie Rabaovololona Raharinirina (Université d'Antananarivo ou UA, Madagascar) y Rija Fenosoa Andrianantoanina (Université de l'Itasy ou UdI, Madagascar) nos ofrecen el estudio "Incertitudes et innovation pédagogique en info-communication dans deux Universités de Madagascar", mediante el cual sugieren una pertinente reflexión sobre las transformaciones vividas durante la pandemia, poniendo el foco sobre la gestión de crisis en el contexto de la formación universitaria sobre comunicación territorial en Madagascar.

La cuarta parte de la obra, "Experiencias de comunicación institucional en los escenarios de la pandemia", echa la vista hacia las empresas e instituciones sin obviar la comunicación corporativa y estratégica. Benedictus Helpris Estaswara y Umar Halim (Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia) encabezan este apartado con el capítulo "Indonesian Government Policies during the Pandemic and its impact on Society", donde analizan el caso de las políticas gubernamentales en Indonesia y su impacto sobre la comunidad durante la segunda ola del Covid-19.

En esta línea, Andi Faisal Bakti (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulah, Indonesia), Retor Aquinaldo Wirabuanaputera Kaligis y Anna Agustina (Universitas Pancasila, Indonesia), en "The reception and information processes adopted to address the Covid-19 pandemic as small businesses in Indonesia", investigan el proceso de consumo de información por parte de los pequeños empresarios indonesios sobre las políticas llevadas a cabo en este país durante la pandemia para impulsar la recuperación económica.

Desde el punto de vista de la producción de contenidos, Anna Agustina, Retor A.W. Kaligis y Muhammad Rosit (Universitas Pancasila, Indonesia) estudian el estilo de redacción empleado por las pequeñas y medianas empresas indonesias en el capítulo "Social media message writing styles of digitalized small enterprises in Indonesia during the Covid-19 pandemic", cuyo objetivo principal es observar la capacidad de resiliencia de una muestra de PYME digitalizadas que consiguen sobrevivir a la crisis provocada por este nuevo virus.

Edie Toet Hendratno, Riza Darma Putra y Suluh Gembyeng Ciptadi (Universitas Pancasila, Indonesia) amplían este panorama a través de un análisis crítico del discurso generado en Twitter en torno a las políticas de restricción social aplicadas por los gobiernos de Indonesia y Malasia, procurando identificar los líderes de opinión que han surgido en este contexto. Su aportación lleva como título "Analyzing discourse and actors on Twitter in relation to the lockdown policies adopted in Indonesia and in Malaysia".

Dando continuidad a la obra, Estela Roeder y Peter Busse (Universidad de Lima, Perú), con el capítulo "Comunicación en tiempos de pandemia en el Perú: Balance y perspectivas", nos acercan a la realidad de Perú durante la pandemia a través de distintos enfoques comunicativos adoptados en tiempos de Covid-19 con el fin de evaluar sus debilidades y fortalezas, colaborando en la construcción de un mejor escenario comunicativo e informativo en situaciones de emergencia sanitaria.



Las investigadoras Ana Raquel Lopes y Ana Mafalda Matias (Polytechnic of Viseu, Portugal), por su parte, inciden en la importancia de la comunicación de crisis en las redes sociales como parte de la comunicación estratégica de una organización, como es el caso de la Dirección General de Salud de Portugal durante la pandemia provocada por el virus SARS-CoV-2. El estudio en cuestión se titula “Crisis communication in pandemic times. Digital reputation management by the General Directorate for Health of Portugal”.

En el siguiente capítulo, “La crisis del Covid-19 y el sector de los eventos en España. Nuevos retos económicos y de comunicación”, Alicia Ramírez García y Flávia Gomes-Franco e Silva (Universidad Rey Juan Carlos, España) hacen una revisión de los efectos de la pandemia sobre el escenario empresarial español, especialmente en cuanto a las limitaciones aplicadas a la realización de eventos corporativos de carácter presencial.

Sara Jáñez Dolz, Rainer Rubira García y Carlos Lozano Ascencio (Universidad Rey Juan Carlos, España) ponen el broche final a esta obra con el estudio “Análisis de la comunicación digital en redes sociales del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y del Centro de Arte Dos de Mayo durante la pandemia del COVID-19”, en el que analizan y evalúan el uso que ambos museos han hecho de las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter durante el estado de alarma decretado en España en el año 2020.

El conjunto de capítulos que componen este libro logra trazar un amplio panorama acerca de los efectos de la crisis sanitaria sobre la población mundial desde distintas perspectivas teórico-empíricas a partir de estudios realizados en universidades de diferentes países y continentes. Esta es una obra que humildemente pretende contribuir al análisis y la comprensión de un fenómeno que sigue aún en curso, alterando nuestro hábitos y rutinas, cuestionando nuestras costumbres, modificando conceptos y desafiando los sistemas establecidos.

RAINER RUBIRA-GARCÍA  
FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA  
CARMEN CAFFAREL-SERRA

## *Prologue: multiple voices, a common challenge*

In the midst of the pandemic we are experiencing, caused by Covid-19, we believe that today more than ever it is urgent to reflect on the communication and information processes generated around the health crisis, the phenomena of disinformation and false news that we experience day by day. Today, the difficulties in the dynamics of consensus and dissent in public opinion, as well as the many and varied institutional, political, cultural and even ethical challenges that we face in this post-truth era.

This book is itself the result of an emergency. Over the last few years, we have witnessed the disastrous consequences on our daily lives and ways of life that this coronavirus has brought us, which has of course also affected the research and teaching dynamics of our academic field. Time and time again, the paramount importance of multilateralism and global collaboration for the development of scientific work in the face of today's immense challenges is evident.

The Universidad Rey Juan Carlos, from Madrid, Spain, on the added occasion of the celebration of its twenty-fifth anniversary, is pleased to bring together in this volume researchers of the highest level to contribute from their multicultural realities with a choral work that, however, manifests a commonly shared humanist interest in understanding communication from a transdisciplinary point of view. For this we have had the invaluable help of a scientific committee of recognized prestige, from different renowned institutions in our academic field at an international level, under the auspices of the United Nations Organization for Education, Science and Culture (UNESCO).

In this way, our UNESCO Chair in Communication Research and the Network of UNESCO Chairs in Communication, one of the most relevant UNITWIN academic cooperation programs at a global level, offer in this text a journey through different global experiences of communication research. in times of crisis, in order to allow an overall, reflective and critical look at the communicative realities of the pandemic.

The purpose of this work, therefore, is to establish a constructive dialogue around the socio-communicative obstacles imposed by the pandemic caused by the uncontrolled advance of the SARS-CoV-2 virus on a global scale. There are numerous consequences of this new reality in the field that concerns us, communication, which has been disrupted by a changing information scenario, which has been tracing alternative paths to the well-known professional routines of the field as a result of individual, group, business and government in online and offline environments.

This transdisciplinary interest is reflected in the numerous scientific and academic studies presented here. The first part of the book, entitled “Theoretical and methodological approaches to understanding communication processes in crisis situations”, aims to offer the conceptual keys that build the foundations of a problem that has been approached from a global perspective by researchers from all over the world.

In the chapter that heads the work, “Urgência, sensibilidade à mudança, inovação e a comunicação como diferença”, Fabio B. Josgrilberg (Universidade Metodista de São Paulo, Brazil) takes up the Environment, Social and Governance (ESG) agenda in a theoretical approach, emphasizing the mobilization of stakeholders around the climate emergency and the importance of communication processes in raising awareness and sensitization of society regarding the urgent social and economic changes for the conservation of the environment.

Next, in “Une occasion de mettre à jour et de réinterpréter l’approche de l’Espace public dans les travaux d’information-communication”, Bernard Miège (Université Grenoble Alpes, France) analyzes the issue of public space and its construction concept in research carried out in the field of information and communication in the context of the health crisis caused by Covid-19.

The third chapter, “Sustainable Health, Inequalities and Occupational Therapy: what role for the media?”, signed by Annikki Arola and Matteo Stocchetti (Arcada University of Applied Sciences, Finland), focuses on the role of the media in the representation of health, as well as the impact that the pandemic has had on the representative and informative work of the media when dealing with complex concepts such as health or inequalities.

Jacqueline Venet Gutiérrez (Universidad Rey Juan Carlos, Spain), Yissel Arce Padrón (Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México) and Sandro Arrufat Martín (Universidad Rey Juan Carlos, Spain) give continuity to the reconstruction of the defining panorama of the problem caused by the Covid-19 from a different perspective –“Comunicación audiovisual y crisis. Narrativas del Yo para una sociedad quebrada”–, addressing the crisis of the ‘self’ from the action of external reality on the subject and subjectivity through the analysis of the cinematographic representation of the political, social, economic and health crises that occurred in Spain.

Returning to the framework that fosters this pooling of lines of thought and research around the communication processes developed in the health crisis, Juan Ignacio Martínez de Morentin de Goñi and Concepción Medrano Samaniego (Universidad del País Vasco, Spain) propose a rereading of the UNESCO Declarations and Recommendations on communication and technologies to check their validity, timeliness and applicability in current contexts such as those experienced during the pandemic in the chapter entitled “Las TIC como un medio de comunicación en la era Covid-19. Aproximación histórica desde la Unesco”.

The closing of the first part of this work comes from the hand of researchers Anidelys Rodríguez-Brito (El Colegio Mexiquense A.C., Mexico) and Dasniel Olivera Pérez (Universidad Nacional Autónoma de México, Mexico). In “Ampliación

de las desigualdades y brechas digitales en México: un análisis en el contexto de COVID-19”, the authors invite us to reflect on the effects of the new coronavirus in terms of worsening inequality of Internet access, a situation that has accentuated even more the existing digital gaps in Mexico, putting the focus on the abyss between rural and urban areas.

The second part of the work, “Framework, misinformation and journalism in times of crisis”, brings together a series of studies focused on the informative and journalistic practice in a complex stage, dictated by the uncertainty caused by a hitherto unknown disease. In the chapter “¡Plandemia! Una caracterización de los discursos, valores y bases sociales en la (des)información sobre la Covid-19”, Ion Andoni del Amo Castro (Universidad del País Vasco, Spain) highlights the social distrust that gives rise to the resurgence of denialisms and conspiracy (or conspiracy) theories, observing different sectors of society that promote them and make them even more visible thanks to ICT.

For their part, Philippe Viallon (Université de Strasbourg, France), Cécile Dolbeau-Bandin (Université de Caen, France) and Jérémy Picot (Universités de Strasbourg and Caen, France), in the study entitled “Médias sociaux et infox en situation de pandémie”, develop the concept of infodemic in the context of the overexposure of citizens to countless content published and shared on social networks about Covid-19, many of them lacking in contrast or scientificity.

In this line, we also find the work carried out by Malvina Rodríguez and Aimé Aminahuel (Universidad Nacional de Villa María, Argentina), “Desmontando Fake News en Argentina. Reflexiones sobre la verificación de información publicada en medios de comunicación y redes sociales”, a chapter that highlights the proliferation of fake news during the health crisis, which has led to the generation of a parallel pandemic: the disinfodemic.

In the chapter “Las fake news en el contexto ecuatoriano a inicios de la pandemia de COVID-19”, Meysis Carmenati González and Karen Andrea Ponce Lucas (Universidad Central del Ecuador, Ecuador) draw the Ecuadorian reality, specifically during the first three months of the pandemic, carrying out an analysis of fake news whose effect on society could destabilize the current capitalist model or even break the cohesion of the system and its defining bases.

In turn, María Mendoza-Michilot (Universidad de Lima, Peru) proposes an approach to the work of the media during the health crisis from the perspective of risk journalism and catastrophes in Peru, highlighting aspects such as information quality, the use of sources, the thematic agenda or politicization in “Fuentes, enfoques y politización de las noticias sobre la Covid-19 en la prensa peruana”.

Next, in the chapter “Metaphorical framing of the Covid-19 vaccination in Lithuanian media discourse”, Nedas Jurgaitis (Šiauliai State University of Applied Sciences, Lithuania) carries out a linguistic analysis of media texts, identifying the rhetorical figures, with emphasis on the conceptual metaphors, which characterize the Lithuanian media discourse on the vaccine against the new coronavirus.

Focusing on the Spanish information scene, Victoria Mora de la Torre and Antonio Díaz Lucena (Universidad Rey Juan Carlos, Spain) prepare the study

“¿Cómo se ha comportado la prensa española en Twitter durante los estados de alarma provocados por la Covid-19?”, in which they bet on a multidisciplinary approach, of a quantitative and qualitative nature, to the behavior of the Spanish press on the social network Twitter in order to verify if the journalistic practice on this platform has been altered during a situation as extraordinary as the one caused by the pandemic.

The penultimate chapter of this second part, “El uso de la emoción durante la pandemia del Covid-19: el caso de ABC y El País”, is signed by Beatriz Muñoz Hidalgo (Universidad de Málaga, Spain). Through this proposal, the researcher tries to detect the changes produced in the journalistic routines and the media agenda in times of pandemic, especially observing the presence of emotion in the construction of the discourse that makes up the characteristic journalistic narrative of the informative pieces on the Covid-19 in Spain.

María Yanet Acosta Meneses (Universidad Rey Juan Carlos, Spain) closes this section of the work with “El ‘corto alcance’ informativo: el viraje hacia el ámbito doméstico del periodismo gastronómico en España durante la pandemia de la COVID-19”, promoting a approach to gastronomic journalism from the domestic sphere, which has gained importance and visibility during the periods of confinement caused by the SARS-CoV-2 containment measures.

Another aspect that should be highlighted in crisis scenarios such as the one contemplated in this book is undoubtedly education. The third part, “Educational challenges in the Covid-19 era”, is dedicated to studies that account for the global educational panorama in relation to communication, technologies or educational institutions themselves, as is the case of “Risk translated: middle managers’ views on strategic communication in HEI during the COVID-19 pandemic”, a chapter prepared by Lina Tamutienė (Šiauliai State University of Applied Sciences, Lithuania), who studies risk communication with an emphasis on receivers and translators of risk during pandemic, seeking to know the opinions on strategic communication in higher education institutions.

Brahim Abaragh (Le Havre Normandie Université, France) presents the study “L’apport des plateformes d’apprentissage médiatisé pendant la pandémie de COVID 19”, in which he addresses the role of ICT in the teaching-learning process of Moroccan students in the international context caused by Covid-19, also observing the process of appropriation of technology in distance education scenarios.

With the chapter “La innovación educativa y la adecuación de los procesos formativos en el contexto de pandemia y distanciamiento social”, Isabel María Gómez Trigueros (Universidad de Alicante, Spain) takes up the great educational challenges imposed by the situations of confinement experienced during the crisis health, such as the continuity of classes or the difficulty in establishing a pedagogical link between students and teachers in a virtual environment.

Finally, Lucie Rabaovololona Raharinirina (Université d’Antananarivo ou UA, Madagascar) and Rija Fenoso Andrianantoanina (Université de l’Itasy ou UdI, Madagascar) offer us the study “Incertitudes et innovation pédagogique en info-communication dans deux Universités de Madagascar”, through which they suggest a pertinent reflection on the transformations experienced during the pandemic,

focusing on crisis management in the context of university training on territorial communication in Madagascar.

The fourth part of the work, “Experiences of institutional communication in the scenarios of the pandemic”, looks at companies and institutions without forgetting corporate and strategic communication. Benedictus Helpiris Estawara and Umar Halim (Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia) lead this section with the chapter “Indonesian Government Policies during the Pandemic and its impact on Society”, where they analyze the case of government policies in Indonesia and their impact on the community during the second wave of Covid-19.

Along these lines, Andi Faisal Bakti (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Indonesia), Retor Aquinaldo Wirabuanaputera Kaligis and Anna Agustina (Universitas Pancasila, Indonesia), in “The reception and information processes adopted to address the Covid-19 pandemic as small businesses in Indonesia”, investigate the process of information consumption by small Indonesian entrepreneurs about the policies carried out in this country during the pandemic to promote economic recovery.

From the point of view of content production, Anna Agustina, Retor A.W. Kaligis and Muhammad Rosit (Universitas Pancasila, Indonesia) study the writing style used by Indonesian small and medium enterprises in the chapter “Social media message writing styles of digitalized small enterprises in Indonesia during the Covid-19 pandemic”, whose main objective is observe the resilience capacity of a sample of digitized SMEs that manage to survive the crisis caused by this new virus.

Edie Toet Hendratno, Riza Darma Putra and Suluh Gembyeng Ciptadi (Universitas Pancasila, Indonesia) expand this panorama through a critical analysis of the discourse generated on Twitter around the policies of social restriction applied by the governments of Indonesia and Malaysia, seeking to identify the opinion leaders that have emerged in this context. His contribution is entitled “Analyzing discourse and actors on Twitter in relation to the lockdown policies adopted in Indonesia and in Malaysia”.

Continuing the work, Estela Roeder and Peter Busse (Universidad de Lima, Peru), with the chapter “Comunicación en tiempos de pandemia en el Perú: Balance y perspectivas”, bring us closer to the reality of Peru during the pandemic through different communicative approaches adopted in times of Covid-19 in order to assess their weaknesses and strengths, collaborating in the construction of a better communicative and informative scenario in health emergency situations.

Researchers Ana Raquel Lopes and Ana Mafalda Matias (Instituto Superior Politécnico de Viseu, Portugal), for their part, emphasize the importance of crisis communication in social networks as part of an organization’s strategic communication, as is the case of the General Directorate of Health of Portugal during the pandemic caused by the SARS-CoV-2 virus. The study in question is entitled “Crisis communication in pandemic times. Digital reputation management by the General Directorate for Health of Portugal”.

In the next chapter, “La crisis del Covid-19 y el sector de los eventos en España. Nuevos retos económicos y de comunicación”, Alicia Ramírez García and Flávia Gomes-Franco e Silva (Universidad Rey Juan Carlos, Spain) review the effects of

the pandemic on the Spanish business scene, especially in terms of the limitations applied to the organization of face-to-face corporate events.

Sara Jáñez Dolz, Rainer Rubira García and Carlos Lozano Ascencio (Universidad Rey Juan Carlos, Spain) put the finishing touch to this work with the study “Análisis de la comunicación digital en redes sociales del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y del Centro de Arte Dos de Mayo durante la pandemia del COVID-19”, in which they analyze and evaluate the use that both museums have made of the social networks Facebook, Instagram and Twitter during the state of alarm decreed in Spain in 2020.

The set of chapters that make up this book manages to draw a broad panorama of the effects of the health crisis on the world population from different theoretical-empirical perspectives based on studies carried out at universities in different countries and continents. This is a work that humbly intends to contribute to the analysis and understanding of a phenomenon that is still ongoing, altering our habits and routines, questioning our customs, modifying concepts and challenging established systems.

RAINER RUBIRA-GARCÍA  
FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA  
CARMEN CAFFAREL-SERRA



## *Prologue: plusieurs voix, un défi commun*

Au milieu de la pandémie que nous vivons, causée par la COVID-19, nous pensons qu'aujourd'hui plus que jamais, il est urgent de réfléchir sur les processus de communication et d'information générés autour de la crise sanitaire, les phénomènes de désinformation et de fausses nouvelles que nous vivons au jour le jour, les difficultés de la dynamique du consensus et du dissensus dans l'opinion publique, ainsi que sur les défis institutionnels, politiques, culturels éthiques auxquels nous faisons face dans cette ère post-vérité.

Ce livre en lui-même est le résultat d'une urgence. Au cours des deux dernières années, nous avons été témoins des conséquences désastreuses du coronavirus sur notre vie quotidienne et nos modes de vie, ce qui a également affecté la dynamique de recherche et d'enseignement. L'importance primordiale du multilatéralisme et de la collaboration mondiale pour le développement du travail scientifique face aux immenses défis est aujourd'hui une évidence.

L'Université Rey Juan Carlos, de Madrid, en Espagne, à l'occasion de la célébration de son 25e anniversaire, a été heureuse de réunir des chercheurs du plus haut niveau pour contribuer à partir de leurs réalités multiculturelles à une œuvre chorale qui manifeste un intérêt humaniste communément partagé pour la compréhension de la communication d'un point de vue transdisciplinaire. Pour cela, nous avons eu l'aide inestimable d'un comité scientifique prestigieux, provenant de différentes institutions académiques renommées au niveau international, sous les auspices de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO).

Ainsi, la Chaire UNESCO de recherche en communication et le Réseau des chaires UNESCO en communication (Orbicom), l'un des programmes de coopération académique UNITWIN les plus pertinents au niveau mondial, offrent dans cet ouvrage un parcours à travers différentes expériences mondiales de recherche sur la communication en temps de crise, afin de permettre une vision globale, réflexive et critique sur les réalités communicatives de la pandémie.

Cet ouvrage vise à établir un dialogue constructif sur les obstacles socio-communicatifs imposés par la pandémie causée par la progression incontrôlée du virus SARS-CoV-2 à l'échelle mondiale. Les conséquences de cette nouvelle réalité sont nombreuses dans le domaine de la communication, qui a été perturbé par un scénario d'information changeant, lequel a tracé des alternatives aux routines professionnelles bien connues du domaine à la suite d'actions d'individus, de groupes, d'entreprises et de gouvernements dans des environnements en ligne et hors ligne.



Cet intérêt transdisciplinaire se reflète dans les nombreuses études scientifiques et académiques présentées ici. La première partie du livre, intitulée “Approches théoriques et méthodologiques de la compréhension des processus de communication dans les situations de crise”, vise à offrir les clés conceptuelles qui construisent les fondements d’une problématique qui a été abordée dans une perspective globale par des chercheurs du monde entier.

Dans le chapitre introductif intitulé “Urgência, sensibilidade à mudança, inovação e a comunicação como diferença”, Fabio B. Josgrilberg (Université Méthodiste de São Paulo, Brésil) reprend l’agenda Environnement, Social et Gouvernance (ESG) dans une approche théorique, mettant l’accent sur la mobilisation des parties prenantes autour de l’urgence climatique et l’importance des processus de communication dans la prise de conscience et la sensibilisation de la société aux changements sociaux et économiques urgents pour la conservation de l’environnement, notamment celui affectant les conditions de vie des personnes ou de la société dans son ensemble

Ensuite, dans “Une occasion de mettre à jour et de réinterpréter l’approche de l’Espace public dans les travaux d’information-communication”, Bernard Miège (Université Grenoble Alpes, France) analyse la question de l’espace public et sa construction conceptuelle dans les recherches menées dans le domaine de l’information et de la communication dans le contexte de la crise sanitaire provoquée par la COVID-19.

Le troisième chapitre, “Sustainable Health, Inequalities and Occupational Therapy: what role for the media?”, signé par Annikki Arola et Matteo Stocchetti (Université Arcada de Sciences appliquées, Finlande), se concentre sur le rôle des médias dans la représentation de la santé, ainsi que sur l’impact que la pandémie a eu sur le travail représentatif et informatif des médias lorsqu’il s’agit d’aborder des concepts complexes tels que la santé ou les inégalités.

Jacqueline Venet Gutiérrez (Université Rey Juan Carlos, Espagne), Yissel Arce Padrón (Université autonome métropolitaine-Xochimilco, Mexique) et Sandro Arrufat Martín (Université Rey Juan Carlos, Espagne) donnent une continuité à la reconstruction du panorama définissant la problématique provoquée par la COVID-19 dans une perspective distincte – “Comunicación audiovisual y crisis. Narrativas del Yo para una sociedad quebrada” – abordant la crise du “je/moi” à partir de l’action de la réalité extérieure sur le sujet et la subjectivité à travers l’analyse de la représentation cinématographique des crises politiques, sociales, économiques et sanitaires survenues en Espagne.

Reprenant le cadre qui favorise ce partage de lignes de pensée et de recherche sur les processus de communication développés dans la crise sanitaire, Juan Ignacio Martínez de Morentin de Goñi et Concepción Medrano Samaniego (Université du Pays Basque, Espagne) proposent une relecture des Déclarations et Recommandations de l’UNESCO sur la communication et les technologies pour vérifier leur validité, actualité et applicabilité dans les contextes actuels tels que ceux vécus pendant la pandémie dans le chapitre intitulé “Las TIC como un medio de comunicación en la era Covid-19. Aproximación histórica desde la UNESCO”.

La clôture de la première partie de cet ouvrage provient des chercheurs Anidelys Rodríguez-Brito (de l’institution “El Colegio Mexiquense”, Mexique) et Dasniel Olivera Pérez (Université nationale autonome du Mexique). Dans “Ampliación de las

desigualdades y brechas digitales en México: un análisis en el contexto de COVID-19”, les auteurs nous invitent à réfléchir sur les effets du nouveau coronavirus en termes d’aggravation des inégalités d’accès à Internet, une situation qui a encore accentué les écarts numériques existants au Mexique, en se concentrant sur le fossé entre les zones rurales et urbaines.

La seconde partie de l’ouvrage, “Cadrage, désinformation et journalisme en temps de crise”, rassemble une série d’études centrées sur la pratique informative et journalistique dans une étape complexe, dictée par l’incertitude provoquée par une maladie jusqu’alors inconnue. Dans le chapitre “¡Plandemia! Una caracterización de los discursos, valores y bases sociales en la (des)información sobre la Covid-19”, Ion Andoni del Amo Castro (Université du Pays Basque, Espagne) met en évidence la méfiance sociale qui donne lieu à la résurgence des négationnismes et des théories du complot (ou conspirationnisme), observant différents secteurs de la société qui les promeuvent et les rendent encore plus visibles grâce aux TIC.

Pour leur part, Philippe Viallon (Université de Strasbourg, France), Cécile Dolbeau-Bandin (Université de Caen, France) et Jérémy Picot (Universités de Strasbourg et Caen, France), dans l’étude intitulée “Médias sociaux et infox en situation de pandémie”, développent le concept d’infodémie dans le contexte de la surexposition des citoyens à d’innombrables contenus publiés et partagés sur les réseaux sociaux sur la COVID-19, beaucoup d’entre eux manquant de nuance ou de scientificité.

Dans cette ligne, nous retrouvons également le travail réalisé par Malvina Rodríguez et Aimé Aminahuel (Université nationale de Villa María, Argentine), “Desmontando Fake News en Argentina. Reflexiones sobre la verificación de información publicada en medios de comunicación y redes sociales”, chapitre qui met en lumière la prolifération des fake news pendant la crise sanitaire, et qui a conduit à la génération d’une pandémie parallèle: la désinfodémie.

Dans le chapitre “Las fake news en el contexto ecuatoriano a inicios de la pandemia de COVID-19”, Meysis Carmenati González et Karen Andrea Ponce Lucas (Université centrale de l’Équateur) dessinent la réalité équatorienne, en particulier pendant les trois premiers mois de la pandémie, en effectuant une analyse des fake news dont l’effet sur la société pourrait déstabiliser le modèle capitaliste actuel ou même briser la cohésion du système et de ses fondements.

À son tour, dans “Sources, approches et politisation des informations sur la COVID-19 dans la presse péruvienne”, María Mendoza-Michilot (Université de Lima, Pérou) propose une approche du travail des médias de communication pendant la crise sanitaire du point de vue du journalisme de risque et de catastrophe au Pérou, en soulignant des aspects tels que la qualité de l’information, l’utilisation des sources, l’agenda thématique ou la politisation.

Ensuite, dans le chapitre “Metaphorical framing of the Covid-19 vaccination in Lithuanian media discourse”, Nedas Jurgaitis (Université d’État des sciences appliquées de Šiauliai, Lituanie) réalise une analyse linguistique des textes médiatiques, en identifiant les figures rhétoriques, en mettant l’emphase sur les métaphores conceptuelles qui caractérisent le discours des médias de communication de Lituanie sur le vaccin contre le nouveau coronavirus.

Se concentrant sur le scénario informatif espagnol, Victoria Mora de la Torre et Antonio Díaz Lucena (Université Rey Juan Carlos, Espagne) élaborent l'étude "¿Cómo se ha comportado la prensa española en Twitter durante los estados de alarma provocados por la Covid-19?", dans laquelle ils parient sur une approche multidisciplinaire, de nature quantitative et qualitative, du comportement de la presse espagnole sur le réseau social Twitter afin de vérifier si la pratique journalistique sur cette plateforme a été altérée au cours d'une situation aussi extraordinaire que celle qui a provoqué la pandémie.

L'avant-dernier chapitre de cette deuxième partie, "El uso de la emoción durante la pandemia del Covid-19: el caso de ABC y El País", porte la signature de Beatriz Muñoz Hidalgo (Université de Malaga, Espagne). À travers cette proposition, la chercheuse tente de détecter les changements produits dans les routines journalistiques et l'agenda médiatique en temps de pandémie, en observant en particulier la présence d'émotions dans la construction du discours qui constitue le récit journalistique caractéristique des articles informatifs sur la COVID-19 en Espagne.

María Yanet Acosta Meneses (Université Rey Juan Carlos, Espagne) clôt cette deuxième partie de l'ouvrage avec "El 'corto alcance' informativo: el viraje hacia el ámbito doméstico del periodismo gastronómico en España durante la pandemia de la COVID-19", promouvant une approche du journalisme gastronomique issu de la sphère domestique qui a gagné en importance et en visibilité pendant les périodes de confinement causées par les mesures de confinement du SRAS-CoV-2.

Un autre aspect qui mérite d'être mis en évidence dans des scénarios de crise tels que celui envisagé dans ce livre est sans aucun doute l'éducation. La troisième partie, "Défis éducatifs à l'ère de la COVID-19", est consacrée aux études qui rendent compte du panorama éducatif mondial en relation avec la communication, les technologies ou les établissements d'enseignement eux-mêmes, comme c'est le cas de "Risk translated: middle managers' views on strategic communication in HEI during the COVID-19 pandemic", chapitre préparé par Lina Tamutienė (Université d'état des Sciences appliquées de Šiauliai, Lituanie), qui étudie la communication des risques en mettant l'accent sur les récepteurs et les traducteurs du risque pendant la pandémie, cherchant à connaître les opinions sur la communication stratégique dans les établissements d'enseignement supérieur.

Brahim Abaragh (Université Le Havre Normandie, France) présente l'étude "L'apport des plateformes d'apprentissage médiatisé pendant la pandémie de COVID 19", dans laquelle il aborde le rôle des TIC dans le processus d'enseignement-apprentissage des étudiants marocains dans le contexte international provoqué par la COVID-19, en observant également le processus d'appropriation de la technologie dans les scénarios d'enseignement à distance.

Avec le chapitre "La innovación educativa y la adecuación de los procesos formativos en el contexto de pandemia y distanciamiento social", Isabel María Gómez Trigueros (Université d'Alicante, Espagne) reprend les grands défis éducatifs imposés par les situations de confinement vécues pendant la crise sanitaire, comme la continuité des cours ou la difficulté d'établir un lien pédagogique entre les étudiants et les enseignants dans un environnement virtuel.

Enfin, Lucie Rabaovololona Raharinirina (Université d'Antananarivo, Madagascar) et Rija Fenoso Andrianantoanina (Université de l'Itasy, Madagascar) nous proposent l'étude "Incertitudes et innovation pédagogique en info-communication dans deux Universités de Madagascar", à travers laquelle elles proposent une réflexion pertinente sur les transformations vécues pendant la pandémie, en mettant le focus sur la gestion de crise dans le cadre de l'enseignement universitaire sur la communication territoriale à Madagascar.

La quatrième partie de l'ouvrage, "Experiencias de comunicación institucional en los escenarios de la pandemia", se penche sur les entreprises et les institutions sans oublier la communication d'entreprise et stratégique. Benedictus Helpris Estaswara et Umar Halim (Université Pancasila, Jakarta, Indonésie) ouvrent cette section avec le chapitre "Indonesian Government Policies during the Pandemic and its impact on Society", où ils analysent le cas des politiques gouvernementales en Indonésie et leur impact sur la communauté pendant la deuxième vague de la COVID-19.

Dans le même sens, Andi Faisal Bakti (Université Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Indonésie), Retor Aquinaldo Wirabuanaputera Kaligis et Anna Agustina (Université Pancasila, Indonésie), dans "The reception and information processes adopted to address the Covid-19 pandemic as small businesses in Indonesia", enquêtent sur le processus de consommation de l'information des petits entrepreneurs indonésiens et sur les politiques menées dans ce pays pendant la pandémie pour stimuler la reprise économique.

Du point de vue de la production de contenu, Anna Agustina, Retor A.W. Kaligis et Muhammad Rosit (Université Pancasila, Indonésie) étudient le style de rédaction employé par les petites et moyennes entreprises indonésiennes dans le chapitre intitulé "Social media message writing styles of digitalized small enterprises in Indonesia during the Covid-19 pandemic", dont l'objectif principal est d'observer la résilience d'un échantillon de PME numérisées qui parviennent à survivre à la crise provoquée par ce nouveau virus.

Edie Toet Hendratno, Riza Darma Putra et Suluh Gembyeng Ciptadi (Université Pancasila, Indonésie) élargissent ce panorama à travers une analyse critique du discours généré sur Twitter autour des politiques de restriction sociale appliquées par les gouvernements d'Indonésie et de Malaisie, en essayant d'identifier les leaders d'opinion qui ont émergé dans ce contexte. Leur contribution s'intitule "Analyzing discourse and actors on Twitter in relation to the lockdown policies adopted in Indonesia and in Malaysia".

Dans cette même quatrième partie, Estela Roeder y et Peter Busse (Université de Lima, Pérou), avec le chapitre "Comunicación en tiempos de pandemia en el Perú: Balance y perspectivas" traitent de la réalité du Pérou pendant la pandémie à travers différentes approches communicatives adoptées en temps de COVID-19 afin d'évaluer leurs faiblesses et forces, en collaborant notamment à la construction d'un meilleur scénario communicatif et informatif dans les situations d'urgence sanitaire.

Les chercheuses Ana Raquel Lopes et Ana Mafalda Matias (Institut Polytechnique de Viseu, Portugal), pour leur part, soulignent l'importance de la communication de crise dans les réseaux sociaux dans le cadre de la communication stratégique

des organisations, en s'intéressant au cas de la Direction générale de la santé du Portugal pendant la pandémie causée par le virus SARS-CoV-2. L'étude en question s'intitule "Crisis communication in pandemic times. Digital reputation management by the General Directorate for Health of Portugal".

Dans le chapitre suivant, "La crisis del Covid-19 y el sector de los eventos en España. Nuevos retos económicos y de comunicación", Alicia Ramírez García et Flávia Gomes-Franco e Silva (Université Rey Juan Carlos, Espagne) passent en revue les effets de la pandémie sur la scène économique espagnole, en particulier en termes de limitations appliquées à la réalisation d'événements corporatifs de type présentiel.

Sara Jáñez Dolz, Rainer Rubira García et Carlos Lozano Ascencio (Université Rey Juan Carlos, Espagne) ont mis la touche finale à cet ouvrage avec l'étude "Análisis de la comunicación digital en redes sociales del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y del Centro de Arte Dos de Mayo durante la pandemia del COVID-19", dans laquelle ils analysent et évaluent l'utilisation que les deux musées ont faite des réseaux sociaux Facebook, Instagram et Twitter pendant l'état d'alerte décrété en Espagne en 2020.

L'ensemble des chapitres qui composent ce livre parvient à dresser un large panorama des effets de la crise sanitaire sur la population mondiale à partir de différentes perspectives théoriques et empiriques basées sur des études menées dans des universités de différents pays et continents. C'est un ouvrage apporte humblement sa contribution à l'analyse et à la compréhension d'un phénomène toujours en cours, changeant nos habitudes et nos routines, remettant en question nos coutumes, modifiant les concepts et défiant les systèmes établis.

RAINER RUBIRA-GARCÍA  
FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA  
CARMEN CAFFAREL-SERRA

## *Prefácio: múltiplas vozes, um desafio comum*

Em meio à pandemia que vivemos, causada pelo Covid-19, acreditamos que hoje mais do que nunca é urgente refletir sobre os processos de comunicação e informação gerados em torno da crise sanitária, os fenômenos de desinformação e notícias falsas que vivenciamos hoje, as dificuldades nas dinâmicas de consenso e dissidência na opinião pública, bem como os muitos e variados desafios institucionais, políticos, culturais e até mesmo éticos que enfrentamos nesta era da pós-verdade.

Este livro é, em si, o resultado de uma emergência. Ao longo dos últimos anos temos assistido às consequências desastrosas em nossa quotidianidade e modos de vida que este coronavírus nos trouxe, o que naturalmente afetou também a dinâmica de pesquisa e docência do nosso campo acadêmico. Evidencia-se repetidamente a importância primordial do multilateralismo e da colaboração global para o desenvolvimento do trabalho científico diante dos imensos desafios atuais.

A Universidade Rey Juan Carlos, de Madri, Espanha, por ocasião adicional da celebração de seu vigésimo quinto aniversário, tem o prazer de reunir neste volume pesquisadores do mais alto nível para contribuir, a partir de suas realidades multiculturais, com um trabalho coral que, no entanto, manifesta um interesse humanista comumente compartilhado em compreender a comunicação de um ponto de vista transdisciplinar. Para isso contamos com a inestimável ajuda de um comitê científico de reconhecido prestígio, de diferentes instituições de renome no nosso campo acadêmico a nível internacional, sob os auspícios da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco).

Desta forma, nossa Cátedra Unesco de Pesquisa em Comunicação e a Rede de Cátedras Unesco em Comunicação, um dos programas de cooperação acadêmica UNITWIN mais relevantes a nível global, oferecem neste livro uma viagem por diferentes experiências globais de pesquisa em comunicação em tempos de crise para permitir um olhar ao seu conjunto, reflexivo e crítico sobre as realidades comunicativas da pandemia.

O objetivo deste trabalho, portanto, é estabelecer um diálogo construtivo em torno dos obstáculos sociocomunicativos impostos pela pandemia causada pelo avanço descontrolado do vírus SARS-CoV-2 em escala global. São inúmeras as consequências dessa nova realidade no campo que nos interessa, a comunicação, que foi perturbada por um cenário informacional em transformação, que vem traçando caminhos alternativos às conhecidas rotinas profissionais da área em decorrência de ações individuais, grupais, empresariais e governamentais em ambientes online e offline.



Esse interesse transdisciplinar se reflete nos inúmeros estudos científicos e acadêmicos aqui apresentados. A primeira parte deste exemplar, intitulada “Aproximaciones teóricas y metodológicas a la comprensión de los procesos de comunicación en situaciones de crisis”, visa oferecer as chaves conceituais que constroem as bases de um problema que vem sendo abordado em uma perspectiva global por pesquisadores do mundo inteiro.

No capítulo que encabeça a obra, “Urgência, sensibilidade à mudança, inovação e a comunicação como diferença”, Fabio B. Josgrilberg (Universidade Metodista de São Paulo, Brasil) retoma a agenda Environment, Social and Governance (ESG) em uma abordagem teórica, enfatizando a mobilização dos atores em torno da emergência climática e a importância dos processos de comunicação na conscientização e sensibilização da sociedade sobre as urgentes mudanças sociais e econômicas para a conservação do meio ambiente.

Em seguida, em “Une occasion de mettre à jour et de réinterpréter l’approche de l’Espace public dans les travaux d’information-communication”, Bernard Miège (Université Grenoble Alpes, França) analisa a questão do espaço público e a construção deste conceito em pesquisas realizadas na área da informação e comunicação no contexto da crise sanitária provocada pelo Covid-19.

O terceiro capítulo, “Sustainable Health, Inequalities and Occupational Therapy: what role for the media?”, assinado por Annikki Arola e Matteo Stocchetti (Arcada University of Applied Sciences, Finlândia), aborda o papel da mídia na representação da saúde, bem como o impacto que a pandemia teve no trabalho representativo e informativo da mídia ao lidar com conceitos complexos como saúde ou desigualdades.

Jacqueline Venet Gutiérrez (Universidade Rey Juan Carlos, Espanha), Yissel Arce Padrón (Universidade Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México) e Sandro Arrufat Martín (Universidade Rey Juan Carlos) dão continuidade à reconstrução do panorama definidor do problema causado pelo Covid-19 em uma perspectiva diferente – “Comunicación audiovisual y crisis. Narrativas del Yo para una sociedad quebrada” –, abordando a crise do ‘eu’ a partir da ação da realidade externa sobre o sujeito e a subjetividade por meio da análise da representação cinematográfica das crises políticas, sociais, econômicas e sanitárias ocorridas na Espanha.

Retomando o marco que promove esse encontro de linhas de pensamento e pesquisa em torno dos processos de comunicação desenvolvidos na crise sanitária, Juan Ignacio Martínez de Morentin de Goñi e Concepción Medrano Samaniego (Universidade do País Basco, Espanha) propõem uma releitura das Declarações e Recomendações da Unesco sobre comunicação e tecnologias para verificar sua validade, atualidade e aplicabilidade em contextos atuais como os vivenciados durante a pandemia no capítulo intitulado “Las TIC como un medio de comunicación en la era Covid-19. Aproximación histórica desde la Unesco”.

O fechamento da primeira parte deste trabalho vem das mãos dos pesquisadores Anidelys Rodríguez-Brito (El Colegio Mexiquense A.C., México) e Dasniel Olivera Pérez (Universidade Nacional Autónoma do México). Em “Ampliación de las desigualdades y brechas digitales en México: un análisis en el contexto de COVID-19”, os autores nos convidam a refletir sobre os efeitos do novo coronavírus em termos

de agravamento da desigualdade de acesso à Internet, situação que acentuou ainda mais as lacunas digitais existentes no México, colocando o foco no abismo entre as áreas rurais e urbanas.

A segunda parte da obra, “Encuadre, desinformación y periodismo en tiempos de crisis”, reúne uma série de estudos focados na prática informativa e jornalística numa fase complexa, ditada pela incerteza provocada por uma doença até então desconhecida. No capítulo “¡Plandemia! Una caracterización de los discursos, valores y bases sociales en la (des)información sobre la Covid-19”, Ion Andoni del Amo Castro (Universidade do País Basco, Espanha) destaca a desconfiança social que dá origem ao ressurgimento dos negacionismos e teorias da conspiração, observando diferentes setores da sociedade que as promovem e as tornam ainda mais visíveis graças às TIC.

Por sua vez, Philippe Viallon (Université de Strasbourg, França), Cécile Dolbeau-Bandin (Université de Caen, França) e Jérémy Picot (Universités de Strasbourg e Caen, França), no estudo intitulado “Médias sociaux et infox en situation de pandémie”, desenvolvem o conceito de infodemia no contexto da superexposição dos cidadãos a inúmeros conteúdos publicados e compartilhados nas redes sociais sobre o Covid-19, muitos deles carentes de contraste ou cientificidade.

Nesta linha, encontramos também o trabalho realizado por Malvina Rodríguez e Aimé Aminahuel (Universidade Nacional de Villa María, Argentina), “Desmontando Fake News en Argentina. Reflexiones sobre la verificación de información publicada en medios de comunicación y redes sociales”, capítulo que destaca a proliferação de notícias falsas durante a crise sanitária, que levou à geração de uma pandemia paralela: a desinfodemia.

No capítulo “Las fake news en el contexto ecuatoriano a inicios de la pandemia de COVID-19”, Meysis Carmenati González e Karen Andrea Ponce Lucas (Universidade Central do Equador) desenham a realidade equatoriana, especificamente durante os primeiros três meses da pandemia, realizando uma análise de *fake news* cujo efeito na sociedade poderia desestabilizar o atual modelo capitalista ou até mesmo romper a coesão do sistema e suas bases definidoras.

Por sua vez, María Mendoza-Michilot (Universidade de Lima, Peru) propõe uma abordagem do trabalho da mídia durante a crise sanitária a partir da perspectiva do jornalismo de risco e catástrofes no Peru, destacando aspectos como a qualidade da informação, o uso de fontes, a agenda temática e a politização em “Fuentes, enfoques y politización de las noticias sobre la Covid-19 en la prensa peruana”.

Em seguida, no capítulo “Metaphorical framing of the Covid-19 vaccination in Lithuanian media discourse”, Nedas Jurgaitis (Universidade Estatal de Ciências Aplicadas de Šiauliai, Lituânia) realiza uma análise linguística dos textos midiáticos, identificando as figuras retóricas, com ênfase na metáforas conceituais, que caracterizam o discurso midiático lituano sobre a vacina contra o novo coronavírus.

Com foco no cenário da informação espanhola, Victoria Mora de la Torre e Antonio Díaz Lucena (Universidade Rey Juan Carlos, Espanha) elaboram o estudo “¿Cómo se ha comportado la prensa española en Twitter durante los estados de alarma provocados por la Covid-19?”, em que apostam numa abordagem multidisciplinar, de



natureza quantitativa e qualitativa, do comportamento da imprensa espanhola na rede social Twitter para verificar se a prática jornalística nesta plataforma foi alterada durante uma situação tão extraordinária como a causada pela pandemia.

O penúltimo capítulo desta segunda parte, “El uso de la emoción durante la pandemia del Covid-19: el caso de ABC y El País”, é assinado por Beatriz Muñoz Hidalgo (Universidad de Málaga, Espanha). Por meio desta proposta, a pesquisadora procura detectar as mudanças produzidas nas rotinas jornalísticas e na agenda midiática em tempos de pandemia, observando especialmente a presença da emoção na construção do discurso que compõe a narrativa jornalística característica das peças informativas sobre o Covid-19 na Espanha.

María Yanet Acosta Meneses (Universidad Rey Juan Carlos, Espanha) fecha esta seção com “El ‘corto alcance’ informativo: el viraje hacia el ámbito doméstico del periodismo gastronómico en España durante la pandemia de la COVID-19”, promovendo uma aproximação ao jornalismo gastronômico a partir da esfera doméstica, que ganhou importância e visibilidade durante os períodos de confinamento causados pelas medidas de contenção do SARS-CoV-2.

Outro aspecto que deve ser destacado em cenários de crise como o contemplado neste livro é, sem dúvida, a educação. A terceira parte, “Retos educativos en la era Covid-19”, se dedica aos estudos que dão conta do panorama educacional global em relação à comunicação, às tecnologias ou às próprias instituições de ensino, como é o caso de “Risk translated: middle managers’ views on strategic communication in HEI during the COVID-19 pandemic”, capítulo elaborado por Lina Tamutienė (Universidade Estadual de Ciências Aplicadas de Šiauliai, Lituânia), que estuda a comunicação de risco com ênfase nos receptores e tradutores de risco durante a pandemia, buscando conhecer a opiniões sobre comunicação estratégica em instituições de ensino superior.

Brahim Abaragh (Le Havre Normandie Université, França) apresenta o estudo “L’apport des plateformes d’apprentissage médiatisé pendant la pandémie de COVID 19”, no qual aborda o papel das TIC no processo de ensino-aprendizagem dos estudantes marroquinos no contexto internacional causado pelo Covid-19, observando também o processo de apropriação da tecnologia em cenários de educação a distância.

Com o capítulo “La innovación educativa y la adecuación de los procesos formativos en el contexto de pandemia y distanciamiento social”, Isabel María Gómez Trigueros (Universidad de Alicante, Espanha) retoma os grandes desafios educativos impostos pelas situações de confinamento vividas durante a crise sanitária, como a continuidade das aulas ou a dificuldade em estabelecer um vínculo pedagógico entre estudantes e professores em um ambiente virtual.

Finalmente, Lucie Rabaovololona Raharinirina (Université d’Antananarivo ou UA, Madagascar) e Rija Fenosoa Andrianantoanina (Université de l’Itasy ou UdI, Madagascar) nos oferecem o estudo “Incertitudes et innovation pédagogique en info-communication dans deux Universités de Madagascar”, através do qual sugerem uma reflexão pertinente sobre as transformações vividas durante a pandemia, com foco na gestão de crises no contexto da formação universitária em comunicação territorial em Madagascar.

A quarta parte do livro, “Experiencias de comunicación institucional en los escenarios de la pandemia”, aborda as empresas e instituições sem ignorar a comunicação corporativa e estratégica. Benedictus Helpris Estawara e Umar Halim (Universitas Pancasila, Jakarta, Indonésia) encabeçam esta seção com o capítulo “Indonesian Government Policies during the Pandemic and its impact on Society”, onde analisam o caso das políticas governamentais na Indonésia e seu impacto na comunidade durante a segunda onda do Covid-19.

Nesta linha, Andi Faisal Bakti (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Indonésia), Retor Aquinaldo Wirabuanaputera Kaligis e Anna Agustina (Universitas Pancasila, Indonésia), em “The reception and information processes adopted to address the Covid-19 pandemic as small businesses in Indonesia”, investigam o processo de consumo de informação pelos pequenos empresários indonésios sobre as políticas realizadas neste país durante a pandemia para promover a recuperação econômica.

Do ponto de vista da produção de conteúdo, Anna Agustina, Retor A.W. Kaligis e Muhammad Rosit (Universitas Pancasila, Indonésia) estudam o estilo de redação usado por pequenas e médias empresas indonésias no capítulo “Social media message writing styles of digitalized small enterprises in Indonesia during the Covid-19 pandemic”, cujo objetivo principal é observar a capacidade de resiliência de uma amostra de PMEs digitalizadas que conseguem sobreviver à crise causada por este novo vírus.

Edie Toet Hendratno, Riza Darma Putra e Suluh Gembyeng Ciptadi (Universitas Pancasila, Indonésia) ampliam esse panorama por meio de uma análise crítica do discurso gerado no Twitter em torno das políticas de restrição social aplicadas pelos governos da Indonésia e da Malásia, buscando identificar os líderes de opinião que surgiram neste contexto. Sua contribuição intitula-se “Analyzing discourse and actors on Twitter in relation to the lockdown policies adopted in Indonesia and in Malaysia”.

Dando continuidade ao trabalho, Estela Roeder e Peter Busse (Universidad de Lima, Peru), com o capítulo “Comunicación en tiempos de pandemia en el Perú: Balance y perspectivas”, nos aproximam da realidade do Peru durante a pandemia por meio de diferentes abordagens comunicativas adotadas em tempos de Covid-19 a fim de avaliar suas fragilidades e fortalezas, colaborando na construção de um melhor cenário comunicativo e informativo em situações de emergência sanitária.

As investigadoras Ana Raquel Lopes e Ana Mafalda Matias (Instituto Superior Politécnico de Viseu, Portugal), por sua vez, realçam a importância da comunicação de crise nas redes sociais como parte da comunicação estratégica de uma organização, como é o caso da Direção-Geral da Saúde de Portugal durante a pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2. O estudo em questão intitula-se “Crisis communication in pandemic times. Digital reputation management by the General Directorate for Health of Portugal”.

No capítulo seguinte, “La crisis del Covid-19 y el sector de los eventos en España. Nuevos retos económicos y de comunicación”, Alicia Ramírez García e Flávia

Gomes-Franco e Silva (Universidade Rey Juan Carlos, Espanha) revisam os efeitos da pandemia no cenário empresarial espanhol, especialmente no que diz respeito às limitações aplicadas à realização de eventos corporativos presenciais.

Sara Jáñez Dolz, Rainer Rubira García e Carlos Lozano Ascencio (Universidade Rey Juan Carlos, Espanha) concluem este trabalho com o estudo “Análisis de la comunicación digital en redes sociales del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y del Centro de Arte Dos de Mayo durante la pandemia del COVID-19”, no qual analisam e avaliam o uso que ambos os museus fizeram das redes sociais Facebook, Instagram e Twitter durante o estado de alerta decretado na Espanha em 2020.

O conjunto de capítulos que compõem este livro consegue traçar um amplo panorama dos efeitos da crise sanitária na população mundial a partir de diferentes perspectivas teórico-empíricas com estudos realizados em universidades de diversos países e continentes. Este é um trabalho que humildemente pretende contribuir para a análise e compreensão de um fenômeno ainda em curso, alterando nossos hábitos e rotinas, questionando nossos costumes, modificando conceitos e desafiando os sistemas estabelecidos.

RAINER RUBIRA-GARCÍA  
FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA  
CARMEN CAFFAREL-SERRA

## PARTE I

Aproximaciones teóricas y metodológicas a la  
comprensión de los procesos de comunicación  
en situaciones de crisis



Urgência, sensibilidade à mudança, inovação e a  
comunicação como diferença

Urgencia, sensibilidad al cambio, innovación y  
comunicación como diferencia

Urgency, sensitivity to change, innovation and  
communication as a difference

FABIO B. JOSGRILBERG

*Universidade Metodista de São Paulo, Brasil*  
*fabio.josgrilberg@metodista.br*

### **Resumo**

Este texto reflete sobre a dimensão comunicacional dos processos de inovação face à emergência da agenda ESG (Environment, Social and Governance). A partir da apresentação de como a iminência do colapso climático planetário mobilizou diversos atores do sistema capitalista em torno de uma pauta focada da relação com os stakeholders, para além do capitalismo de *shareholders*, o artigo descreve como a gestão de processos comunicacionais se torna ainda mais central para aumentar a sensibilidade sobre as mudanças sociais, econômicas e ambientais, possibilitando, consequentemente, uma melhor percepção de riscos e oportunidades. Por fim, reflete teoricamente a partir de conceitos de geografia humana e teoria de sistemas sobre os temas abordados.

**Keywords:** comunicação, inovação, mudança.

### **A POLÍTICA DA INOVAÇÃO EMERGENCIAL**

Ao refletir sobre a centralidade da ação humana em processos de inovação, torna-se possível problematizar a relação do ser humano com o mundo de um ponto de vista ético. Por consequência, refletir sobre o tema permite pensar criticamente sobre o conceito de inovação e sua dimensão política. Para ilustrar este debate, tome-se por exemplo a emergência da pauta ESG (*environmental, social, governance*) no mundo corporativo.

A iminência do colapso planetário provocou um tardio sentimento de urgência entre os mais diversos atores do sistema capitalista. De semelhante modo, a pandemia do COVID-19 igualmente mobilizou esforços de atores os mais diversos, inclusive de empresas se mobilizando para a construção de hospitais de campanha, doação de medicamentos e equipamentos os mais diversos para o combate à doença.

Antes tarde do que nunca... O que era pauta de movimentos sociais de combate às diversas faces da desigualdade e degradação ambiental entrou para a agenda das organizações com mais força nos últimos três anos. Não importa se por uma reação ao risco, por pressão social ou financeira, o fato é que sob a égide do ESG, empresas se viram obrigadas a responder mais assertivamente perguntas como:

1. *Questões ambientais*
  1. Qual o meu impacto no planeta?
  2. O que faço para neutralizá-lo?
  3. O que faço para regenerar o que já foi destruído?
2. *Questões sociais*
  - a. Quanto contribuo para o desenvolvimento da sociedade?
  - b. Quais problemas sociais busco resolver?
3. *Questões de governança*
  - a. Como combato a corrupção na empresa?
  - b. Como valorizo a diversidade na empresa, em especial nos níveis mais altos?
  - c. Valorizo e reconheço as pessoas da sua empresa de maneira equânime?
  - d. Como estruturo sistemas de governança e *compliance*?

Há nesse movimento acusações do chamado “greenwashing”, quando as ações das empresas não correspondem ao discurso público sobre suas preocupações ambientais, sociais ou de governança. Questiona-se ainda até que ponto esse movimento é duradouro ou apenas uma moda passageira sem impacto no longo prazo.

O movimento ESG reascende a discussão sobre o capitalismo de stakeholders. No pensamento econômico, ao final da década de 1970, Joseph Stiglitz, prêmio Nobel em 2001, e colegas escreviam sobre os limites do capitalismo de *shareholders*, visando única e exclusivamente o lucro. Essa era a proposta Milton Friedmann, Nobel em 1976, ainda que a perseguição do lucro devesse ocorrer dentro de regras, em especial sem permitir a fraude e corrupção (STIGLITZ, 2019).

A geração de valor no capitalismo estava posta em xeque. Ainda na década de 1970, em 1973, o *World Economic Forum* (WEF) anunciava em seu primeiro manifesto: “O objetivo da gestão profissional é servir clientes, acionistas, trabalhadores e empregados, bem como as sociedades, e harmonizar os diferentes interesses das partes interessadas” (WEF, 1973).

Quase meio século depois, o WEF reafirmou a importância do capitalismo de stakeholders em seu manifesto de 2020 e indicou métricas para mensurar a criação sustentável de valor distribuídas nas dimensões governança, planeta pessoas e

prosperidade (WEF, 2020). É fato que, no mínimo, há controvérsias sobre o esforço realizado e a efetividade das ações dos principais atores do sistema capitalista frequentadores do Fórum de Davos, sejam governos ou empresas, no sentido de pensar o valor gerado com um olhar para todos os stakeholders.

Mas afinal o que são stakeholders? Pessoas são stakeholders. Esses atores podem ser mapeados em grupos ou, idealmente, com nomes e rostos. Um stakeholder possui um interesse válido nas atividades e resultados das operações de uma empresa. É possível apontar stakeholders primários, como colaboradores diretos, clientes e cadeia de suprimento; mas também secundários, como a comunidade, mídia, movimentos ativistas, governo, dentre outros (FREEMAN; HARRISON; ZYGLIDOPOULOS, 2018).

No campo da Administração, a sistematização da teoria sobre gestão de stakeholders tem como marco o trabalho de Edward Freeman (FREEMAN, 1984). A proposta nasce diante da crise ambiental e das respostas insuficientes que as empresas apresentavam ou, visto que as mudanças não foram significativas, ainda falham em apresentar. A teoria se inspirou e avançou a partir de outros desenvolvimentos teóricos sobre planejamento corporativo, teoria dos sistemas, teoria das organizações, responsabilidade social e gestão estratégica. A gestão de stakeholders surgiu como uma alternativa para a compreensão sobre como as empresas geram valor em um mundo instável e incerto (FREEMAN; HARRISON; ZYGLIDOPOULOS, 2018).

De volta ao campo da Economia, autoras como Kate Raworth e Mariana Mazzucato tentam situar a discussão do desenvolvimento econômico para além das teorias tradicionais com foco no crescimento do PIB (produto interno bruto) (RAWORTH, 2017; MAZZUCATO, 2021). Raworth explora, em particular, a necessidade de se repensar conceito de desenvolvimento econômico entre os limites do planeta, de um lado, e as necessidades sociais para a efetiva participação de todos na sociedade contemporânea. O crescimento baseado no PIB não considera nem um aspecto nem outro. A inovação, de semelhante modo, precisar se situar entre esses dois limites.

Mazzucato, por sua vez, aponta para sete pilares (valor, mercado, organizações, finanças, distribuição, parceria, participação) para reorientar o capitalismo. No coração de sua proposta, a necessidade definir coletivamente o conceito de valor e a noção de propósito público maneira coletiva. Tal definição orientará a geração de valor, sua propriedade e compartilhamento. Isso implica em repensar o papel e rever premissas do capitalismo. O que está em jogo é menos as celebradas parcerias público-privadas, que muitas vezes são predatórias, mas a capacidade de construção de valor colaborativamente de maneira simbiótica (MAZZUCATO, 2021).

Outro tema caro a Mazzucato é a revisão do papel dos governos em todos os seus níveis. O debate é menos sobre o tamanho do governo, mas sobre o tipo de governo. Em sua opinião, os governos são uns dos poucos antes do sistema capitalista que, de fato, possuem capacidade de direcionar a mudança no sentido e escalas esperados. Não será o ESG corporativo, ainda que a ajuda do mercado seja fundamental e muito bem-vinda, que garantirá as mudanças necessárias (MAZZUCATO, 2021).

Elkington, famoso pelo desenvolvimento do conceito *triple bottom line* (pessoas, planeta e lucro), autor da área de administração, empresário e figura frequente no WEF, defende a reinvenção do capitalismo. Não poderia ser mais direto: “Governos



e reguladores devem intervir para garantir que os custos dos danos ambientais e sociais sejam internalizados pelas empresas responsáveis: os lucros não podem vir às custas da resiliência social de longo prazo” (ELKINGTON; BAKKER, 2020).

O próprio Elkington reconhece que o amplamente difundido conceito de *triple bottom line* não foi suficiente para superar o *single bottom line* (lucro), ainda que tenha promovido avanços importantes. A questão pura e simples é que hoje há determinados tipos de problemas que são exponenciais, que apresentam um risco real à vida no planeta, e que requerem soluções igualmente exponenciais e complexas que vão muito além das capacidades das empresas.

Elkington trata de ameaças urgentes que não podem ser mitigadas ou controladas por um organismo mundial central, e cujos atores do sistema capitalista que pretendem equacioná-las estão no centro da produção dessas mesmas ameaças, ancorados em premissas das quais não conseguem se livrar. São os tais dos “*wicked problems*”, que de tão complexos e contraditórios são muito difíceis, até impossíveis, de serem controlados (ELKINGTON, 2020, p. 91).

O plástico nos oceanos, obesidade, antibióticos, emissões de carbono e lixo espacial são exemplos de *wicked problems*. As soluções para esses tipos de ameaças passam pelo maior monitoramento e transformação da atividade humana, havendo necessidade de controles, por leis inclusive, para estabelecer limites à força destrutiva do capitalismo em seu modelo atual (ELKINGTON, 2020). Estima-se que a humanidade tenha cerca oito anos para agir, antes que, mantidas as atuais tendências, o aquecimento do planeta aumente 1.5°C em relação aos valores pré-industriais, alcançando a perigosa marca com consequências mais graves e imprevisíveis (IPCC, 2019).

Alguns dos principais atores do sistema capitalista começam a perceber a gravidade do problema, o que em última instância coloca em xeque a própria economia. Isso levou investidores e conselhos de administração a pressionarem executivos para assumirem a pauta ESG; um dos principais promotores do tema é Larry Fink, CEO da Blackrock, fundo de investimento com a maior quantidade de ativos do mundo, calculado em US\$ 6,3 trilhões.

Um dos marcos das agora famosas cartas de Fink foi a de 2018. Nela, o CEO da Blackrock questiona o papel das empresas no desenvolvimento da comunidade, a gestão do meio ambiente, o quão diversa é a força de trabalho e da liderança, se há geração de oportunidades para as pessoas em mundo dominado pela automação, e se as organizações estão preparando as pessoas para aposentadoria, dentre outras questões que não se reduzem ao lucro (FINK, 2018)

O próprio documento do WEF, *Measuring Stakeholder Capitalism: Toward a Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation*, é outro indício do sentido de urgência. O documento procura alinhar as diversas referências de produção de relatórios de sustentabilidade (GRI, SASB, CDP, CDSB etc), estabelecendo 21 métricas core e 34 expandidas, distribuídas em quatro eixos: governança, planeta, pessoas e prosperidade (WEF, 2020).

Em se tratando de sistema capitalista, toda a discussão ESG não poderia, evidentemente, deixar de lado a questão do lucro. E aí, interessantemente, verifica-se que as empresas com maior preocupação com questões relativas à sustentabilidade

performam melhor no longo prazo (ECCLES; IOANNOU; SERAFEIM, 2014). Em um estudo com 180 empresas norte-americanas, entre 1993 e 2009, Eccles et al verificaram que as organizações que adotaram voluntariamente políticas de sustentabilidade demonstraram:

1. Ter conselhos de administração mais formalmente responsáveis pelas políticas de sustentabilidade;
2. ter executivos mais propensos serem avaliados por métricas de sustentabilidade;
3. ter processos estabelecidos de engajamento com os diferentes stakeholders
4. ter planejamento de longo prazo;
5. oferecer maior medição e divulgação de informações não-financeiras;
6. demonstram superar significativamente outras empresas tanto no mercado de ações quanto no desempenho contábil.

A evidência de melhor desempenho no mercado de ações é confirmada também pelo ISE B3, o Índice de Sustentabilidade Empresarial da principal bolsa brasileira. De acordo com dados da própria B3, desde a sua criação em 2005 até novembro de 2020, o ISE B3 teve uma rentabilidade de 294,73% contra 245,06% do Ibovespa, índice que mede o desempenho médio de uma carteira teórica, composta das ações mais representativas e negociadas da B3, servindo de referência ao mercado (ISEB3, 2021).

Mesmo durante a crise pandêmica do COVID-19, nos primeiros meses de 2020, houve indicações de que 88% dos fundos ESG performaram melhor que os não-ESG, segundo uma nota de pesquisa da Blackrock (MARSH, 2020). A questão da resiliência e impacto do ESG na performance desses papéis em tempos de crise e posterior recuperação, no entanto, é tema de disputa (DEMERS et al., 2021). Seja como for, há indícios claros que apontam para possibilidades interessantes de direcionamento do sistema capitalista e sua geração de valor.

É possível afirmar que o súbito maior interesse dos principais atores do sistema capitalista pelas práticas ESG é fruto de um conjunto de valores éticos, da constatação de urgência diante da iminência do colapso do planeta e mesmo da preocupação com a perenidade das organizações de maneira lucrativa, seja por perceber uma ameaça à reputação ou por estratégia de negócio.

É evidente que o redirecionamento do que se entende por valor em uma sociedade capitalista, a luta por direitos e mesmo a defesa do meio ambiente não são pautas novas. Como nos ensina Santos, a pobreza é uma definição política (SANTOS, 1979), o que depende dos valores éticos pelos quais uma sociedade se organiza. Essa construção de referências sociais pode ser remetida, por exemplo, ao período axial (800 AC até 200 AC) como um intervalo de tempo na história da humanidade em que as grandes tradições religiosas e filosóficas se estruturaram, estabelecendo bases para valores éticos que ecoam até os dias de hoje (JASPERS, 2021).

Na definição de Jaspers, em três áreas distantes entre si, China, Índia e Ocidente, alguns princípios fundamentais foram desenvolvidos num intervalo histórico de 400 anos, quando foram sedimentados os principais sistemas éticos do planeta

pelos profetas judeus, os metafísicos e lógicos indianos (influenciaram o budismo, hinduísmo e jansenismo), filósofos gregos, o zoroastrismo persa, confucionismo e daoísmo chineses. Há discussões sobre o quanto se estende o Período Axial, antes e depois, e como incluir figuras históricas Jesus, Gandhi e outros, ou mesmo se a filosofia grega já teria se consolidado suficientemente até 200 AC.

Ao longo da história, os sistemas éticos evoluíram para incluir a luta por direitos, que avançou movida por diferentes vetores. Mudanças paradigmáticas na economia, aumento dos fluxos comunicacionais, apoiados em maior concentração de pessoas em áreas urbanas, geraram a percepção da diferença entre os indivíduos que, por consequência, alimentaram a criticidade social (ISHAY, 2004; SANTOS, 2004). Contudo, esses avanços são lentos e, em geral, com restrições de classe, gênero e etnia. Foi assim com os direitos civis que emergiram no Século XIII, direitos políticos no Século XIX e direitos sociais no século XX.

A preocupação com a sustentabilidade do planeta emerge com mais evidência a partir da metade do século XX e início do século XXI, sendo possível identificar alguns marcos relevantes como a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), o UN Environment Programme (1972), Relatório da Comissão Brundtland (1987), a Rio 92 (United Nations Framework Convention on Climate Change, o Protocolo de Kioto (1997), UN PRI – Principles for Responsible Investment (2006) e, em 2015, Protocolo de Paris.

Em ambos os casos, tanto na reivindicação de direitos ao longo da história quanto na de sustentabilidade, a força motriz da dinâmica social está na “luta por reconhecimento”, conforme última elaboração de Honneth. Para o filósofo, o amor, o direito e a solidariedade são constituintes dos “dispositivos de proteção intersubjetivos”; as três formas de reconhecimento intersubjetivos alimentam o desenvolvimento pessoal e, a partir dele, a resistência coletiva contra o desrespeito por meio de sentimentos partilhados em comum (HONNETH, 2017).

A emergência das pautas da luta por direitos humanos e sustentabilidade são resultados de uma longa luta por reconhecimento. A pandemia é do COVID-19 é mais um capítulo nessa longa história pela preservação do planeta e da vida humana em condições dignas. No entanto, em sua configuração atual, no mundo corporativo, a agenda ESG ganhou força porque se tornou urgente diante das ameaças climáticas e porque dá lucro no longo prazo. Ao final do dia, a inovação serve a quê e a quem?

## A COMUNICAÇÃO COMO DIFERENÇA

A luta por reconhecimento por meio da pauta ESG é um poderoso driver de inovação ou, como proposto aqui, de abertura de novos caminhos com valor social. A raiz dessa possibilidade está na sensibilidade à mudança a partir de uma intensa comunicação com os diversos stakeholders de uma organização ou sociedade. Se a luta por direitos e defesa do meio ambiente é atemporal, as técnicas de gestão promovidas em ambientes inovadores carregavam a intuição da necessidade de dar centralidade do ser humano por meio de intensos fluxos de comunicação colaborativos desde a década de 1960.

A sensibilidade à mudança e a intensidade de comunicação com os stakeholders possui um papel central para recolocar vida humana no centro da discussão sobre o

crescimento econômico ou desenvolvimento tecnológico. É por meio do aumento da intensidade de comunicação com os stakeholders que os desafios são reconhecidos, facilitando a identificação de riscos, mas também aumentando a possibilidade de encontrar oportunidades de desenvolvimento.

No mundo corporativo, sempre prodigioso em lançar novos processos, metodologias e frameworks de trabalho, a expressão da vez é o tal do *mindset* ágil. A história dessa cultura específica nasce a partir de movimentos convergentes de diferentes setores em busca de formas de trabalhar com foco no ser humano e abertas a mudanças.

No mundo de desenvolvimento de software, a história do ágil tem seu impulso mais fortemente sistematizado ao final da década de 90 e início dos 2000, quando um grupo de desenvolvedores começaram a sistematizar novas práticas de gestão de projetos. O marco desse movimento foi o documento publicado em 2001 que ficou conhecido como o *Agile Manifesto* (BECK et al., 2001).

O manifesto foi desenvolvido por 17 desenvolvedores e gestores de projetos reunidos em uma estação de esqui em Utah, nos Estados Unidos, inclusive Jeff Sutherland e Ken Schwaber, que estruturaram o framework conhecido como Scrum. Dentre as várias contribuições, talvez a principal tenha sido colocar as pessoas no centro do processo e não contrário; o processo primeiro e depois as pessoas.

Em outras palavras, o objetivo era direcionar os esforços para entregas baseadas nas necessidades dos usuários em lugar seguir os processos e documentações que se tornaram cada vez mais complexos, o que dava uma falsa impressão de controle total. Não que os processos e documentações fossem desnecessários, ao contrário disso. O problema é que o tempo das equipes, por vezes, era mais dedicado à gestão do processo em si do que à entrega de novas funcionalidades do software em desenvolvimento.

O Manifesto, então, apresentou 12 princípios a partir de quatro valores fundamentais: a valorização de indivíduos e interações, software em funcionamento, colaboração com o usuário e resposta a mudanças. Tudo isso em detrimento de processos burocratizados, documentação desnecessária, dentre outros elementos. E, em especial, mudanças ao longo do projeto são bem-vindas se forem para garantir a qualidade e eficiência da solução que está sendo desenvolvida.

De todos os frameworks, o Scrum talvez tenha se consolidado como o mais popular em ambientes fora do mundo de desenvolvimento de software. Para o desenvolvimento de software, XP e outros continuam bastante populares.

Mas a questão da centralidade do ser humano no desenvolvimento de produtos é mais antiga. Pode ser traçada, com alguma tranquilidade, à década de 1960. De alguma maneira, o manifesto de 2001 também ecoa a preocupação que já vinha sendo desenvolvida em outras áreas. Falta ao Manifesto apontar uma visão de mundo, um propósito, o que foi mais bem desenvolvido por alguns profissionais de design.

O Design Thinking (DT), outro framework considerado ágil, também nasceu de uma preocupação em colocar o usuário no centro do desenvolvimento de novos produtos ou processos. O DT é uma modalidade de um movimento que ficou conhecido como HCD (Human Centered Design), com os primeiros passos dados na década

de 60. É nesse período que se inicia a pesquisa e reflexão para tratar o design com ciência. Nascia, então, o *Design Methods Movement*.

Um dos grandes marcos desse movimento foi o lançamento, em 1972, do livro *Design for the real world: human ecology and social change*, de Victor Papanek, que problematizaria a visão do design reduzida a questões materiais ou focada no lucro (PAPANÉK, 1973), o que reforça a convicção de que o movimento em torno do ESG não é algo novo. Papanek queria trazer a dimensão humana e social da atividade desenvolvida por designers. Em 1987, Peter Rowe publica o livro *Design Thinking*, oferecendo uma primeira visão sistematizada do termo (ROWE, 1991).

É nesse cenário, em meadas da década de 1970 e influenciados por toda a reflexão sobre o design em voga, que David Kelley e seu grupo iniciaram a IDEO, em 1978, hoje uma das mais famosas consultorias de inovação e referência em design thinking no mundo. No DT, assim, como previsto no manifesto ágil, a interação com os usuários é o grande guia de desenvolvimento de produtos. Tudo começa por um processo de empatia, seguido de definição, ideação, protótipo testado com o usuário e avaliação.

Ainda na década de 1970, a Intel, sob a liderança de Andy Grove, também iniciou um grande esforço para criar processos que estimulassem a inovação e oferecessem uma visão estratégica para a empresa de maneira unificada. Objetivos que fossem além do acompanhamento dos indicadores de performance tradicionais.

Tomando por base a metodologia MBO (Management By Objectives), de Peter Drucker, Grove e, mais tarde, John Doerr, que entrara para a empresa, desenvolveram o framework que ficou conhecido como OKR (Objectives & Key Results). A principal diferença em relação ao MBO estava na maneira como lidar com a mudança ao longo do processo. O OKR passou a ser adotado por várias empresas do Vale do Silício, dentre elas a Google (DOERR, 2018).

Em resumo, os OKR estabelecem objetivos para 12 meses; metas que sejam ambiciosas e que induzam inovação. Esse ciclo é dividido em três, portanto com entregas trimestrais. A partir dos OKR da organização, cada equipe e cada colaborador, individualmente, desenvolve os seus OKRs trimestrais e de doze meses à luz dos OKR organizacionais. O processo é acompanhado por meio de feedbacks pessoais, em todo nível organizacional, mensalmente.

Os ciclos mais curtos de entrega e a intensa comunicação por meio dos feedbacks mensais permitem a adequação às mudanças, testes e validações contínuas medidos por resultados quantificáveis. Ou seja, ao final, é possível dizer se o objetivo foi cumprido ou não.

Considerados os três frameworks ágeis apresentados, o que é o tal do mindset ágil e o que eles têm em comum? É possível definir o *mindset* ágil como uma mentalidade adequada para reagir às mudanças por meio de forte interação humana, velocidade, qualidade e método para o desenvolvimento de novos produtos e processos. Em comum entre os diferentes frameworks ágeis: 1) fluxos comunicacionais intensos; 2) a colaboração ao longo de todo o processo com os usuários para o desenvolvimento de soluções mais assertivas; 3) entregas mais curtas que permitam avaliação permanente do processo e incorporação contínua de aprendizados. Todos

esses elementos aumentam a sensibilidade à mudança e, portanto, atenção aos riscos e oportunidades ao longo da jornada.

O mindset ágil serve bem às necessidades atuais do mundo ESG. A sensibilidade às mudanças em constantes rituais de revisão de processos com os stakeholders são fundamentais para evitar consequências inesperadas. Em se tratando de inovação, de abertura de novos caminhos, como observa Elkington, deve-se avaliar as consequências pretendidas e as não pretendidas, focar nos aspectos positivos e mitigar os negativos (ELKINGTON, 2020).

Não é difícil vislumbrar a ambiguidade dos processos inovativos. Basta olhar o quanto as sociedades contemporâneas avançaram a partir de uma matriz energética altamente dependente de combustíveis fósseis e o consequente aquecimento global; ou, ainda, o desenvolvimento da internet e as “bolhas” de opinião criada por algoritmos que, intencionalmente ou não, minam a democracia. No centro da capacidade de percepção e adaptação as mudanças do ambiente está a comunicação, enquanto relação com os diferentes atores da sociedade, além dos elementos vivos e não-vivos da natureza.

Em um registro mais teórico, a partir da perspectiva sistêmica de Luhmann, a diferenciação entre os sistemas sociais se dá a partir da comunicação, entendida como processo relacional pelo qual os sistemas sociais incorporam e processam informações, irritações externas, à sua organização sistêmica. Comunicação, na teoria de sistemas de Luhmann, “é processamento de seleção” (LUHMANN, 2016, p. 164).

A título de referência para compreensão deste ponto, um sistema pode ser entendido como uma ordem autorreferente e autopoietica, que define-se por diferenciação em relação ao entorno por meio dos processos comunicacionais que produz. Autorreferente, e não impenetrável, visto possuir uma dada estrutura funcional e de comunicação que permite a diferenciação do entorno e demais sistemas. Não existe sistema sem entorno. Trata-se de “fechamento de formações sistêmicas autorreferenciais” em “abertura infinita ao mundo” (LUHMANN, 2016, p. 83).

Autopoietico enquanto capacidade que cada sistema possui de produzir as suas condições de sobrevivência na relação com o entorno e outros sistemas a partir das possibilidades do próprio sistema e sua capacidade de adaptação. Cada sistema dessa forma, carrega em si as condições de engajamento como entorno e outros sistemas (LUHMANN, 2016).

Se seguida a argumentação luhmanniana, é possível afirmar que os sistemas que sobreviverão às pressões climáticas, os sistemas sociais inclusive, dependerão da sua capacidade seletiva de informação para adaptação numa luta permanente contra as forças entrópicas. O súbito sentido de urgência dos principais atores capitalistas para a pauta ESG é, ao menos em parte, resultado de um processo emergente que visa a adaptação e, portanto, sobrevivência do sistema como um todo, não tanto uma epifania geral sobre o valor da vida humana – afinal as lutas por direito e sustentabilidade do planeta são bem antigas...

Mas, mesmo em Luhmann, os sistemas possuem intencionalidade, de inspiração Husserliana, mas sem a metafísica; possuem um sentido como estrutura remissiva e não como signo. Essa intencionalidade aponta para a “diferença” entre o “dado” e



o “possível” nas relações sistêmicas (LUHMANN, 2016, p. 96). Os sistemas visam o mundo de uma maneira que lhes é própria.

É justamente na indeterminabilidade das relações sistêmicas que reside a possibilidade de inovação, de abertura de novos caminhos. Se o atual momento é marcado por “wicked problems”, a atual período técnico permite a busca de soluções igualmente exponenciais, os tais Cisnes Verdes de Elkington. Esse potencial está, em parte, nas chamadas “técnicas doces”, como quer Santos, retomando o pensamento de Thierry Gaudin, flexíveis e de rápida difusão. Técnicas, articuladas sistemicamente, enquanto conjunto de meios instrumentais e sociais com os quais o ser humano produz espaço; espaço enquanto um conjunto de objetos técnicos organizados segundo as técnicas presentes (SANTOS, 2002).

As técnicas do atual período, passando pelo uso dos diferentes sistemas digitais e possibilidades de arranjos econômico-políticos globais, produzem de modo ambivalente a percepção de um tempo único, o que pode ser uma grande oportunidade para a busca de soluções exponenciais, ainda que por meio temporalidades locais diferentes, ou seja, interpretações particulares do tempo.

O redirecionamento do sentido existencial das técnicas atuais é uma decisão política. A atividade inovativa, o caminho a ser aberto, depende de relações comunicacionais estabelecidas que favoreçam a percepção e seleção das mudanças necessárias. Dessa forma, o planejamento comunicacional para o aumento dos fluxos é condição para o aumento de complexidade, promovendo uma diferenciação funcional entre sistemas inovativos, qualificando a capacidade seletiva e, conseqüentemente, favorecendo a capacidade absorviva de mudança. Isso inclui a colaboração entre stakeholders para a redefinição do sentido de valor no sistema capitalista, a clareza sobre os objetivos de regeneração do planeta, como monitorá-los e geri-los; e, com igual importância, a sensibilidade às diferentes lutas por reconhecimento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BECK, K. et al. Manifesto for Agile Software Development. Disponível em: <<https://agilemanifesto.org/>>. Acesso em: 1 maio. 2020.
- CHESBROUGH, H.; VANHAVERBEKE, W.; WEST, J. Open Innovation: Researching a New Paradigm. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- DEMERS, E. et al. ESG Didn't Immunize Stocks During the COVID-19 Crisis, But Investments in Intangible Assets Did. *Journal of Business Finance & Accounting*, v. 48, p. 433-462, 2021.
- DOERR, J. Measure What Matters: How Google, Bono and Gates Foudantion Rock the World with OKRs. New York: Penguin Random House LLC, 2018.
- ECCLES, R. G.; IOANNOU, I.; SERAFEIM, G. The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. *Management Science*, v. 60, n. 11, p. 2835-2857, 1 nov. 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>>.
- ELKINGTON, J. Green Swans: The Coming Boom in Regenerative Capitalism. New York: Fast Company Press, 2020.

- ELKINGTON, J.; BAKKER, P. To build back better, we will have to reinvent capitalism. Disponível em: <<https://www.weforum.org/agenda/2020/07/to-build-back-better-we-must-reinvent-capitalism-heres-how/>>. Acesso em: 20 maio. 2021.
- FINK, L. A Sense of Purpose. Disponível em: <<https://corpgov.law.harvard.edu/2018/01/17/a-sense-of-purpose/>>. Acesso em: 15 maio. 2021.
- FREEMAN, R. E. Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984.
- FREEMAN, R. E.; HARRISON, S. J.; ZYGLIDOPOULOS, S. Stakeholder Theory. Cambridge: Cambridge University Press, 2018.
- GODIN, B. Innovation Contested: The Idea of Innovation over the Centuries. New York: Routledge, 2015.
- HONNETH, A. Luta por reconhecimento. São Paulo: Editora 34, 2017.
- IPCC. Summary for Policymakers – Global Warming of 1.5 oC. Disponível em: <<https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/spm/>>. Acesso em: 16 maio. 2021.
- ISEB3. O que é o ISE B3. Disponível em: <<http://iseb3.com.br/o-que-e-o-ise>>. Acesso em: 26 mar. 2021.
- ISHAY, M. R. The History of Human Rights: From Ancient Times to the Globalization Era. Berkeley: University of California Press, 2004.
- JASPERS, K. The Origin and Goal of History. Cambridge: Routledge, 2021.
- LUHMANN, N. Sistemas sociais: Esboço de uma teoria geral. Petrópolis: Vozes, 2016.
- MARSH, A. BlackRock Joins Allianz, Invesco Saying ESG Outperformed. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-18/black-rock-joins-allianz-invesco-saying-esg-funds-outperformed>>. Acesso em: 20 maio. 2021.
- MAZZUCATO, M. Mission Economy: A Moonshot to Changing Capitalism. London: Allen Lane, 2021.
- MERLEAU-PONTY, M. Phénoménologie de la perception. Paris: Gallimard, 1975.
- OECD/EUROSTAT. Oslo Manual 2018. [s.l.] OECD, 2018.
- PAPANEEK, V. Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. New York: Bantam, 1973.
- RAWORTH, K. Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist. London: Random House, 2017.
- ROWE, P. Design Thinking. 3rd. ed. Cambridge: MIT Press, 1991.
- SANTOS, M. Pobreza urbana. São Paulo: Hucitec, 1979. v. 2nd
- SANTOS, M. A natureza do espaço: Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2002.
- SANTOS, M. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2004.



- SILVA, G.; DI SERIO, L. C. Revisitando os Pressupostos Básicos da Teoria de Inovação. In: EnANPAD, São Paulo. Anais... São Paulo: 2017. Disponível em: <<https://eaesp.fgv.br/en/producao-intelectual/revisitando-pressupostos-basicos-teoria-inovacao>>. Acesso em: 19 mar. 2020.
- STIGLITZ, J. E. Is Stakeholder Capitalism Really Back? Disponível em: <<https://www.project-syndicate.org/commentary/how-sincere-is-business-roundtable-embrace-of-stakeholder-capitalism-by-joseph-e-stiglitz-2019-08>>. Acesso em: 13 maio. 2021.
- WEF. Davos Manifesto 1973: A Code of Ethics for Business Leaders. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-1973-a-code-of-ethics-for-business-leaders/>>. Acesso em: 27 mar. 2021.
- WEF. Measuring Stakeholder Capitalism: Toward a Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation. [s.l: s.n.].
- XENOPHON. The Complete Works of Xenophon. Hasting: Delphi Publishing Ltd., 2013.

Une occasion de mettre à jour et de réinterpréter  
l'approche de l'Espace public dans les travaux  
d'information – communication

An opportunity to update and reinterpret  
the Public Space approach in information-  
communication Works

Una oportunidad para actualizar y reinterpretar  
el enfoque del Espacio Público en las obras de  
información-comunicación

BERNARD MIÈGE

*Université Grenoble Alpes, France  
bernard.miege@gmail.com*

### Résumé

Dans les trois dernières décennies, la question de l'espace public, si elle s'est maintenue parmi les thématiques principales abordées dans les recherches en Information – Communication, a vu les travaux la concernant se différencier entre des orientations assez divergentes: fragmentation, différenciation entre espace politique et espace sociétal, et même émergence d'un espace post-public. Plus récemment, parmi les activateurs des débats et des échanges au sein de ces espaces l'accent a été mis, sans exclusivité, sur le développement des techniques numériques et particulièrement celui des réseaux sociaux-numériques.

Dans ce contexte, il était intéressant de se demander si et en quoi la crise sanitaire en cours mobilise l'espace public, et déplace les enjeux théoriques évoqués. Quatre tendances ont ainsi été observées: la prééminence de la communication politique gouvernementale; les interférences constantes entre domaine médical et domaine scientifique; la domination croissante des grandes plateformes dans le fonctionnement des industries culturelles et médiatiques.

**Mots clés:** Communication politique; crise sanitaire; espace public; espace politique; espace sociétal; industries culturelles; industries médiatiques; numérisation de la société; plateformes; recherche en Information – Communication; réseaux sociaux-numériques.

## PRÉALABLES

La question de l'Espace public est centrale dans les sciences de l'information – communication. Depuis la parution de l'ouvrage fondateur de Jürgen Habermas, elle a été, à intervalles réguliers, reprise, discutée, critiquée, complétée et développée, par de nombreux auteurs-auteurs aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne, en France, en Suède et dans d'autres pays européens (qu'il me suffise de citer les noms de quelques-unes et quelques-uns: Craig Calhoun, Peter Dahlgren, Patrice Flichy, Nancy Fraser, Bastien François, Nicholas Garnham, Eric George, Wilson Gomes, Jacques Ion, C.M. Maia Rousiley, Arno Münster, Pipa Norris, Isabelle Pailliant, etc.), leurs travaux aboutissant sinon à des accords du moins à quelques convergences partielles voire à des concordances. Mais force est de reconnaître que les efforts de conceptualisation ne vont pas sans confusions sémantiques, mésinterprétations et aussi visions nettement empiriques. Les opinions publiques, quand elles se saisissent du syntagme, le font le plus souvent sans vraiment envisager ce qu'Habermas désignait avec l'expression *die öffentliche Sphäre*, et ultérieurement dans ses pré-suppositions pragmatiques des discussions et du sens performatif des pratiques argumentatives, faisant suite à sa théorie de l'action communicative. A quoi il conviendrait d'ajouter les différences d'interprétation en relation avec les appartenances disciplinaires: par exemple entre philosophie politique, science politique ou sciences de la communication.

De mon côté, si j'ai toujours trouvé heuristique le concept, il me faut convenir que j'ai le plus souvent fait montre de prudence (théorique) dans les discussions le concernant. Et surtout, je n'ai rien publié à son sujet depuis la parution de mon livre *L'espace public contemporain* (PUG, 2010), dans lequel, tout en constatant comme d'autres une forte tendance à la fragmentation ainsi que la multiplications d'autres formes de discours publics en relation avec l'avancée de nouveaux médias, je défendais deux perspectives fortes: d'une part le maintien en régime démocratique d'espaces consacrés au débat public, à l'échange argumenté d'idées et à leur publication d'autre part, la montée en puissance d'espaces publics partiels que je qualifiais de sociétaux, précisément à propos de la santé, de l'environnement ou de la science et des techniques, Clairement, l'Espace public politique n'est plus le seul mode d'organisation de l'Espace public observable, bien des modalités le "débordent" et même l'excluent (comme on l'a remarqué, l'Espace public politique n'est pas/n'est plus la voie de passage obligée pour que des débats publics argumentés, conduits dans des espaces partiels accèdent au politique. Et de fait, ultérieurement, des recherches «sectorielles» ont validé cette perspective.

On peut considérer comme certains observateurs, médiateurs et même chercheurs (souvent extérieurs aux questions d'information– communication) que, depuis, les choses ont bien changé, conduisant à des mutations irréversibles, déqualifiant le recours à l'espace public. De fait, bien des discours publics tenus à l'occasion de la pandémie touchant la population mondiale depuis le début de 2020 vont dans

ce sens. Et le recours effectivement croissant aux techniques et médias numériques serait en quelque sorte le vecteur et le signe (ou l'expression) de cette déqualification.

Quand on analyse de près ces discours, souvent proférés dans l'instant ou le court terme, on découvre qu'ils partagent nettement le constat selon lequel il y aurait une fracture nette entre la période pré-Covid-19 et la période post-Covid-19, cette fracture recoupant d'ailleurs celle qu'on peut établir à propos des techniques numériques, la gestion de la crise sanitaire ayant imposé définitivement la généralisation du numérique. Cette assertion resterait à prouver ou à confirmer: pour ma part je m'en tiens aux propositions énoncées dans un livre récent, *La numérisation en cours de la société – points de repère et enjeux*, paru à la fin du premier confinement français (juin 2020) mais élaboré et rédigé antérieurement, où je défends une approche avant tout continuiste (et non discontinuiste), social-technique (et non techno-déterministe) et constructiviste (plutôt que déconstructiviste) du procès d'insertion des techniques numériques dans les sociétés contemporaines. Et je m'attache à distinguer ce qui s'avèrent être effectivement des innovations surtout de produits, des mutations (surtout des pratiques sociales) et des changements (dans le temps court). Mais avec la pandémie, pour ce qui est de l'espace public sociétal et/ou politique, les questions sanitaires sont plus que jamais un champ d'observation à privilégier, ce qui confirme des observations faites antérieurement par divers chercheurs tendant à accorder une relative priorité au domaine sanitaire parmi les espaces publics partiels en développement.

Comme de nombreux chercheurs en sciences humaines et sociales, je me suis donc attaché à relever des marques de cette affirmation des techniques numériques dans la gestion de la crise qui nous affecte depuis maintenant près de deux ans, et dans les débats suscités: émergence, impulsion, accélération, et même exacerbation de tendances sont des qualificatifs qui s'appliquent aux données et faits qu'on peut recueillir en un sens ces notations de données et faits peuvent être rattachées et incluses dans la plupart des axes de l'Appel à communications du Colloque de Madrid d'ORBICOM (en fait aux 8 premiers), mais étant sectorielles et liées au temps court, elles ne suffisent pas à caractériser le ou les procès en cours. C'est pourquoi, je me propose de répondre à titre hypothétique à la thématique 9 visant à établir des connaissances et expériences sur la recherche en communication ... en me centrant sur la question des transformations en cours de l'espace public, telles que la gestion de la crise sanitaire conduit à les mettre en évidence. Ce faisant, et à la différence de la plupart des travaux dont j'ai pu avoir connaissance, je ne saurais proposer des connaissances assurées et définitives, confirmées par des observations empiriques; cela provient à la fois de l'espace-temps retenu (portant au moins sur le moyen terme) et de la démarche adoptée (qui ne vise pas à se situer à tout prix dans le cadre d'innovations qualifiées *a priori* de radicales).

## PARMI LES TRANSFORMATIONS DES SOCIÉTÉS EN COURS:

Autant il apparaît aisé d'envisager le numérique (au singulier) et même le procès de numérisation, autant il est complexe de caractériser (et donc de classer) les techniques numériques elles-mêmes; apparues voici maintenant près de vingt-cinq ans, et s'ajoutant les unes aux autres; celles-ci sont aujourd'hui fort nombreuses, complexes, en interaction les unes avec les autres et se remplaçant continuellement. De plus, c'est une démarche intellectuelle contestable que d'identifier des changements

techniques et de leur faire correspondre des évolutions qui en dépendraient quasi-mécaniquement, et c'est généralement ainsi que l'on procède dans les discussions quotidiennes et dans la plupart des discours médiatisés, aussi bien dans les médias «historiques» que dans les réseaux socio-numériques.

Par-delà les différences toujours marquantes entre les sociétés et les spécificités des régimes politiques, il semble cependant envisageable d'identifier trois transformations majeures qui peuvent être qualifiées de transformations-cadre, et qui affectent en profondeur le fonctionnement des espaces publics et cela de façon progressive mais avec de plus en plus d'intensité. Et comme on le verra, elles ne se limitent pas à l'avancée des techniques numériques.

Il s'agit d'abord du recueil massif de données personnelles (les *big data*), de leur traitement sous forme numérisée et de leur utilisation, le plus souvent opaque, par le biais d'algorithmes à la disposition surtout des (très) grandes entreprises et des institutions politiques dominantes. Le phénomène commence à être connu et même dénoncé, mais pour l'essentiel il reste inaccessible à la connaissance académique, et même experte. Essentielle me paraît la caractérisation qu'en propose Gaëtan Tremblay: «... à l'ère numérique, la communication qui permet certes de transmettre efficacement et rapidement toutes sortes de messages, laisse des traces. Et l'exploitation de ces traces bouleverse en profondeur les industries culturelles et médiatiques. Elle provoque une redéfinition et une réorganisation des espaces publics. Numérisée, la communication ne sert pas seulement à la transmission des messages, porteurs d'information et de sens. Elle est elle-même source d'informations concernant ceux qui les envoient, les trajets qu'ils suivent, les arrêts qu'ils font, les destinations finales... Et le pistage des déplacements devient un enjeu majeur pour tous acteurs du web à la recherche d'un profit ou l'exercice d'un pouvoir.» (Tremblay, 2021). Circulation et pistage utilisateur (*web tracking*) sont ainsi au cœur de la nouvelle communication, et ne se limitent plus désormais aux domaines marchands; ils sont également présents dans la gestion des opinions publiques ou le fonctionnement des institutions éducatives comme des organisations sociales. Clairement, si le phénomène n'est pas méconnu, on est loin d'en avoir pris la mesure; particulièrement dans les milieux politiques, administratifs et intellectuels, sauf à l'occasion de «scandales» ou d'«affaires», dévoilées par des lanceurs d'alertes.

Il convient ensuite de reconnaître que l'une des caractéristiques premières des sociétés contemporaines, avant tout celles qui sont le plus développées économiquement, est qu'elles sont devenues, ou sont en train de devenir, des sociétés de surveillance. Les techniques numériques, incontestablement, sont mobilisées pour renforcer la surveillance sociale; cette dimension n'est pas dissimulée, elle est même revendiquée de plus en plus par les gouvernants. Toutefois, ce qui n'est pas apparent, c'est que ces mêmes techniques (et d'autres) sont aujourd'hui fortement agissantes dans ce mouvement de renforcement du contrôle social, ou plutôt des contrôles sociaux. Elles sont à classer parmi les dispositifs de contrôle et de surveillance, des dispositifs insidieux parce que non affichés comme tels, mais certainement pas les moins efficaces. Outils individuels d'expression et de communication, les outils numériques (et les outils de reconnaissance faciale en sont une composante) participent ainsi, dans le même temps, non seulement à une instrumentalisation du social mais aussi à un renforcement des contrôles sociaux – ce qui pour l'instant ne se donne pas à voir

aisément mais commence à se dévoiler. Pour autant, la recherche des mutations en cours des contrôles sociaux en corrélation avec le développement des techniques numériques ne va pas de soi. En effet, s'il ne manque pas de philosophes des techniques et d'autres domaines du savoir ainsi que d'essayistes, pour formuler des propositions et s'aventurer avec assurance sur ce terrain, ces propositions ne sont au mieux que des ébauches et leurs bases méthodologiques ne sont pas rigoureuses. De leur côté, les chercheurs en sciences humaines et sociales ne restent pas inactifs (tel l'ouvrage précurseur d'Armand Mattelart, 2008, ou l'enquête de Shoshana Zuboff sur les multiples ramifications de Google, 2019 et 2020), mais leurs travaux, comme il est prévisible, ne sauraient pour le moment aborder cette question essentielle dans sa globalité; en outre, leurs préférences se portent sur des aspects partiels ou sectoriels. À terme, ce choix se révélera productif de connaissances – comme ce fut le cas voici presque un demi-siècle à propos de la recherche des effets globaux supposés de la télévision de masse, une voie sans issue dans laquelle, avec perspicacité, une majorité des chercheurs en communication, ne s'étaient pas aventuré.

Enfin, il est important de faire écho ici aux discussions en cours, surtout en Grande-Bretagne, et de mettre en avant les questions, pas seulement techniques ou médiatiques, qui sont abordées dans un article récent de Philip Schlesinger (in *Media, Culture and Society*, 2020, N°42, pp. 1545-1563) intitulé: *After the post-public sphere*, dans lequel l'auteur met en discussion l'«enracinement ramifié» de l'âge de l'Internet auquel se mêle ce qu'il désigne comme un «*analysing populism*», qui se mêle à la communication politique elle-même en crise dans les régimes démocratiques et s'exprime dans des discours de *post-truth* (post-vérité). Un changement de système est assurément en cours en direction d'une sphère post-publique encore imprécise car en transition dans une direction largement inconnue. Ladite transition donne déjà lieu à un *regulatory turn* (un tournant réglementaire), observable notamment dans les discussions portant sur la réglementation des plateformes, et concernant aussi bien les fausses nouvelles, l'exposition à des substances nocives ou à des contenus illégaux, les comportements anti-concurrentiels, la publicité politique trompeuse, l'utilisation des données de consommation, les expressions violentes et les manifestations du terrorisme, l'indécence en ligne et les interférences des gouvernements étrangers dans les processus électoraux, et ce dans un contexte général marqué comme indiqué précédemment par la surveillance exercée surtout par des firmes en situation de concentration monopolistique transnationale. Et ce sont précisément les questions réglementaires qui font le lien avec l'exercice du pouvoir et mettent en jeu toute une série d'intérêts et de pratiques différenciés. Philip Schlesinger attire également notre attention sur la censure potentielle des communications que contient ce tournant réglementaire engagé. Et pour notre part, il nous semblerait judicieux de relier cette analyse d'un procès en cours mais non achevé, à la situation de plus en plus manifeste des consommateurs– citoyens, ceux-ci de plus en plus insérés dans un monde individualisé et marchand, où règne en maître le (néo-) libéralisme économique.

## CE QUE DEVIENNENT LES «MODELES DE COMMUNICATION»

On ne saurait oublier que le fonctionnement des médias demeure central lorsqu'il s'agit d'appréhender l'Espace Public et ses conditions de possibilité dans les

sociétés contemporaines: les thématiques qui y sont débattues, la fragmentation des espaces partiels et les différentes catégories de participants aux échanges ont d'une façon ou d'une autre un rapport avec le système des médias, mais celui-ci s'est grandement complexifié, et ce doublement: d'une part en raison de la multiplication des organisations qui le composent, d'autre part à cause des liens de relations mutuelles et croisées qui se tissent entre médias, et même avec le hors- médias. De ce fait, prendre la mesure de l'évolution des médias, permet d'appréhender les traits constitutifs actuels de l'Espace Public et de préciser en quoi consistent les modèles d'action communicationnelle qui en éclairent le fonctionnement, nécessairement évolutif.

Je n'en suis venu que progressivement, non à considérer que les médias imprimés et audiovisuels (désignés parfois comme les médias historiques encore bien implantés à travers le monde) intervenaient activement dans le fonctionnement de l'EP, mais à tenir les actions menées leur sein et à partir d'eux comme correspondant à quatre modèles d'action communicationnelle (en simplifiant: modèles de communication) apparus successivement dans l'histoire des sociétés démocratiques (celui analysé par Jürgen Habermas ne constituant que le premier de ces modèles); ces quatre modèles de communication ont émergé progressivement et successivement, sans qu'on trouve de raison logique ou même socio- historique à ce qu'il en soit ainsi:

1. la presse d'opinion (surtout à partir du 18ème siècle);
2. la presse commerciale de masse (à partir del fin du 19ème siècle);
3. les médias audiovisuels de masse, et principalement la télévision généraliste (dont l'influence s'est affirmée à partir du milieu du 20ème siècle);
4. et ce que Yves de la Haye et moi (après lui) désignons comme les relations publiques généralisées.

Actuellement, ces différents modèles interviennent encore de façon simultanée, mais demeurent, quoique de façon moins nette, sous l'emprise de l'un d'entre eux organisé autour de la radiodiffusion de masse. Et leur dénomination à partir des médias qui en assurent l'activation, ne doit pas être entendu dans un sens fonctionnel; elle ne suffit pas à en décrire les modalités de fonctionnement, qui comme les recherches en communication nous ont maintenant accoutumés à le faire, doivent prendre en compte des éléments aussi décisifs que le type d'échange favorisé (interpersonnel; de point à masse; au sein de groupes identifiés, etc.), les populations concernées et leur composition socio- politique, l'intervention ou non du pouvoir d'État et des forces économiques hégémoniques, les registres d'écriture des discours et des textes qui sont le support des échanges et des débats argumentés, etc.

Dès lors, pourquoi faire appel à cette catégorisation en termes de modèles alors que, à la fois l'analyse historique et l'approche communicationnelle mettent en évidence la complexité des formes et des modes d'action, observables dans les différentes sociétés. Il me faut d'abord rappeler que par modèle, j'entends une représentation simplifiée d'un processus ou d'un système, de façon à mettre en évidence des règles de fonctionnement récurrentes et susceptibles de se reproduire. Ainsi trouvera -t'on avec la presse d'opinion des modalités d'activation de l'Espace public qui ont tendance à se reproduire, par exemple sous l'effet de la «concurrence» entre des journaux utilisant communément une ligne d'écriture informative et surtout polémique.



De même, avec la télévision généraliste de masse, on insistera sur le rôle majeur des journaux télévisés pour encadrer l'agenda des événements et la formation mais aussi la circulation des opinions sociales. Et la référence à un modèle, bien évidemment, ne saurait justifier l'abandon des analyses concrètes des situations de communication et des enjeux. On s'interdit avec cette approche toute «modélisation». Par ailleurs, le fait de le qualifier de «modèle d'action communicationnelle», provient de ce que les médias qui sont au principe de chacun des modèles (successivement: presse d'opinion presse commerciale de masse puis médias audiovisuels généralistes) impliquent un certain type de relations et d'échanges avec les lecteurs- auditeurs- téléspectateurs/citoyens (par exemple de «point à masse» dans le cas de la télévision généraliste). Par extension, bien qu'elles ne constituent pas des médias, ni même un ensemble homogène, les relations publiques généralisées (reposant sur les campagnes et actions des entreprises, collectivités publiques et territoriales, organisations de la société civile, etc.) sont considérées comme formant un nouveau modèle d'action communicationnelle (à partir de la fin des années soixante-dix): ce qui était principal, c'était ici la communication recherchée avec les employés, les clients, les «administrés», les publics, etc. Enfin actuellement, la question ne se pose plus, comme au début de ce siècle, de savoir si les techniques numériques et particulièrement les réseaux socio-numériques [5] ont donné effectivement naissance à un nouveau modèle d'action. La formation de ce modèle, le 5<sup>ème</sup>, est effective, même si celui-ci n'est pas au fondement de tous les débats et échanges relevant de l'Espace public, comme on le proclame souvent hâtivement.

Ni structuraliste, ni historiciste, ni média- centrée, l'approche de l'Espace public que j'ai proposée et assez régulièrement actualisée, par le moyen de travaux d'enquête socio- historiquement situés, vise ainsi à mettre à jour les logiques sociales à l'œuvre dans un système médiatique de plus en plus complexe, fragmenté mais aussi traversé de mouvements contradictoires qu'il s'agit d'éclairer. En ce sens, elle se différencie et s'oppose à toute une série de conceptions et de représentations de l'Espace Public: métaphoriques, unitaires (en particulier celles qui restent sous l'emprise supposée unifiante de la scène politique et de ses manifestations) ou systémiques, voire militantes (ainsi l'Espace public oppositionnel). On observera que cette attention aux modèles d'action communicationnelle (en relation avec les médias) et par conséquent la prévention marquée vis-à-vis de l'efficacité présumée de tel média, ou de tel ensemble de médias, permet d'échapper à des jugements aprioristes du rôle des différents médias, très fréquents chez les groupes de citoyens comme chez les spécialistes. De longues années durant, Jürgen Habermas lui-même, s'était refusé à reconnaître ce que l'Espace public des sociétés contemporaines avait de contradictoire, parce qu'il procédait une évaluation par trop systémique du rôle de la télévision de masse; d'où les qualificatifs qu'il a utilisés jusqu'au début des années 90 pour le caractériser: "re-féodalisation", "la médiatisation de la vie vécue prend la figure d'une colonisation", "réification des sphères d'action structurées par la communication", "les médias de la communication de masse ...ne décrochent pas les orientations d'action des contextes du monde vécu", se retrouvant ainsi prendre part du "monde administré" d'Adorno, etc. [les qualificatifs précédents sont extraits aussi bien de la Thèse que de la "Théorie de l'agir communicationnel"]; mais on sait qu'il est revenu partiellement sur ces évaluations.



Si ces différents modèles sont apparus successivement (et plus récemment pour le 5<sup>ème</sup>) dans les sociétés européennes et nord-américaines, cela ne signifie pas que cette succession soit une nécessité, l'important est de s'intéresser aux stratégies des acteurs sociaux auxquelles elles donnent lieu. De plus, les modèles d'action communicationnelle ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres, ils sont généralement sous l'influence d'un média dominant qui ne supprime pas les précédents (actuellement c'est encore la télévision généraliste de masse et si la presse d'opinion est bien affaiblie et si en outre la presse de masse a connu son apogée sous les régimes de représentation parlementaire, l'une comme l'autre n'ont pas achevé leur cycle de vie), et le média dominant est toujours en interaction avec les autres l'essentiel est à chaque fois la relation qui se noue entre émetteurs et récepteurs, et ce qui en résulte; c'est pourquoi on ne peut prendre en compte seulement le discours médiatique émis ou le caractère oligopolistique de la production médiatique, mais c'est vers les relations entre éditeurs et citoyens-destinataires des messages qu'il faut se tourner, en évitant autant que possible une focalisation mono-médiatique: antérieurement la télévision de masse, présentement les réseaux socio-numériques. Enfin, et cet aspect est décisif, on ne lira pas cette proposition d'un point de vue média-centré ou techno-centré les changements techniques entraînent de nouvelles conditions de possibilité (par exemple aujourd'hui le Net permet une circulation mondialisée des différents types d'information, et même leur individualisation, effective ou apparente), mais l'avènement d'un nouveau modèle de communication répond à des logiques sociales et aux stratégies auxquelles elles donnent lieu, elle n'est pas mécaniquement sous l'emprise de la technique: à l'heure où le réseau des réseaux Internet paraît à beaucoup formater tous les échanges, de quelque nature qu'ils soient, et ainsi produire par lui-même, un nouveau modèle d'action communicationnelle, il convient de revenir sur l'emprise de l'ordre de la technique sur les mutations successives des modèles d'action communicationnelle et d'insister sur le fait que les *Big Five* sont avant tout des organisations sociales, ce que montre bien Soshana Zuboff dans son enquête sur Google.

En dépit des affirmations fréquentes de publicistes ...pressés, on retiendra que l'Espace Public fonctionne désormais comme un entrelacs de modèles d'action communicationnelle, ceux-ci s'étant formés puis développés dès la dernière partie du 19<sup>ème</sup> siècle et tout au long du 20<sup>ème</sup> siècle par l'entremise des médias successivement apparus. Se côtoient et interagissent, ce qui persiste de la presse d'opinion et qui prend également la forme des lettres confidentielles (partiellement publiques) et pour partie des ...modernes blogs politiques, la presse commerciale de masse (en déclin et restructuration rapides dans les pays où elle avait réussi à maintenir des positions fortes), la télévision généraliste ou plus exactement la radiodiffusion qui a constitué le média de masse montant puis hégémonique pendant presque tout le 20<sup>ème</sup> siècle, tant pour l'information que pour les programmes de divertissement, et qui se voit maintenant sérieusement concurrencée, tant par des composantes en quelque sorte issues d'elle-même (annoncée de longue date, la fragmentation de l'offre télévisuelle et radiophonique est dorénavant effective). On en vient souvent à oublier, ou en tout cas à sous-estimer ce que représentent encore ces divers médias et par conséquent leur influence dans l'Espace Public.

Les rappels auxquels je me suis tenu, me semblaient en tout cas indispensables avant d'esquisser les transformations en rapport avec la crise sanitaire mondiale que nous connaissons depuis la fin de 2019.

## LES PRINCIPALES MUTATIONS DE L'ESPACE PUBLIC EN RAPPORT AVEC LA CRISE SANITAIRE

Bien des mutations de l'Espace public étaient donc engagées avant même le déclenchement de la pandémie, et en outre des questionnements sur son devenir avaient commencé à être formulés dans les dernières années. Par ailleurs, l'implantation et la complexification des réseaux et médias (de tous types), engagées depuis au moins deux décennies, n'avait cessé de se renforcer: rien d'étonnant dès lors qu'il ait été aisé de les mobiliser pour favoriser le travail, l'activité commerciale et l'éducation à distance, sans doute pas définitivement à ce niveau. Par-delà les différences observables (mais inégalement repérées) d'un pays ou d'une région à l'autre, certaines mutations de l'Espace public, dans les sociétés démocratiques du moins, sont d'ores et déjà repérables; c'est ainsi qu'il me paraît pertinent d'insister sur:

- La prééminence et même l'omniprésence de la communication politique.

Les actions relevant de la communication politique, avant tout gouvernementale ou relayée par les instances administratives concernées (agences, échelons administratifs, etc.) ont ainsi nettement pris le pas, quasi quotidiennement, sur celles relevant de la communication publique (ou sociétale), alors même que des espaces de discussion ouverts auraient pu être acceptés voire tolérés. D'emblée, les techniques de communication les plus directionnelles ont été utilisées, et la gestion de la crise a justifié l'emploi des méthodes les moins libérales, celles-ci avalisées par le recours effectif et affiché, au «conseil de défense sanitaire». En France notamment, le chef de l'Etat n'a cessé de se positionner au premier plan et à s'impliquer supposément ou réellement dans toutes les décisions et actions. Et finalement, cet «état d'urgence» qui ne se présente pas comme tel et qu'on a parfois cherché à tempérer par des discours techniques d'accompagnement présentés comme pédagogiques, doit, sur le plan de la communication politique elle-même, être considéré comme une régression ou un retour en arrière, comparativement aux développements de cette même communication politique au cours des trois dernières décennies. Doit-on dès lors s'étonner qu'il ait favorisé sur les réseaux socio-numériques plus que dans les manifestations publiques l'expression de thèses conspirationnistes, ou du moins de discours orientés vers les intrigues ou les machinations?

Cette communication politique de crise nous éloigne encore plus des objectifs d'une communication répondant aux exigences des présupposés pragmatiques d'une discussion ouverte dans les régimes démocratiques, qu'il n'est pas inutile de rappeler avec Jürgen Habermas: le caractère inclusif; l'égalité distribution des libertés communicationnelles; la condition de sincérité; et l'absence de contraintes contingentes ou extérieures (p. 123). On savait ces exigences difficiles, voire souvent impossibles à remplir, elles sont de plus en plus inaccessibles. En témoignent maladroitement et très confusément

quelques mouvements sociaux minoritaires et laissant prise à toutes sortes de *fake news*.

- Les confusions et les interférences constantes entre espace sanitaire et espace scientifique.

Les discussions et échanges relevant de la communication sociétale (ou publique) s'organisent généralement dans les limites d'espaces plus ou moins reconnus et correspondant à des champs ou à des domaines d'action. Ainsi en est-il de la communication sanitaire ou de la communication scientifique, ou encore de celle concernant l'éducation ou les questions alimentaires. Le découpage varie dans le temps et selon les pays, et n'est jamais défini une fois pour toutes. Mais à un moment donné il différencie les cadres propres à assurer des discussions et des débats. Les pratiques argumentatives des discussions se moulent dans ces espaces et garantissent – plus ou moins – la performativité des échanges. Or depuis les débuts de la crise sanitaire, ces conditions minimales ont rarement été satisfaites, d'abord en raison de l'omniprésence de la communication politique (cf. précédemment), mais également en raison des interférences constantes et perçues comme telles, entre deux des espaces sociétaux directement concernés, l'espace sanitaire et l'espace scientifique. La constante confusion sur le statut des principaux protagonistes (au nom de quoi parlent-ils? en tant que représentants des instances médicales et sanitaires, ou en tant que scientifiques), n'a guère permis à ceux qui étaient les destinataires des messages de développer leurs connaissances sur des problèmes qui les touchaient de près; et elle n'a pas permis de clarifier les enjeux. Bien au contraire, elle a brouillé les pistes et contribué à instaurer dans la durée ce qu'il convient de qualifier de cacophonie, et celle-ci touchait parfois des sommets quand il était fait référence à des articles scientifiques parus dans des revues internationales, lors de débats échauffés diffusés par des chaînes de télévision spécialisées dans l'information en continu...

Des explications, mais non des justifications, pourraient être trouvées à cet emmêlement continu dans le statut mixte des médecins universitaires, à la fois scientifiques et médecins. C'est évidemment à eux d'abord de savoir à quel titre ils sont sollicités et ce qu'ils doivent mettre en avant, et comment? Mais les médias, y compris les nouveaux médias, ont leur part de responsabilité, ainsi évidemment que les instances publiques dans leur politique d'information sanitaire.

- La quantification de la gestion quotidienne de la crise.

Il n'est pas besoin de revenir à l'historique du développement (continu depuis les années quarante au niveau national comme international) des données statistiques de tous types pour se convaincre de l'importance croissante de ce type de données, en appui des politiques publiques ou à titre de justification des choix opérés dans tous les domaines de l'action publique. Mais il est un autre aspect de la publication de données, présentées comme officielles par les Etats, et qui semble avoir pris un essor considérable à l'occasion de la récente crise sanitaire, c'est l'accompagnement quasi-quotidien de celle-ci par le moyen d'indicateurs, dont la technicité est censée garantir la justesse

et la pertinence, et dont la rémanence finit par emporter la conviction: c'est ainsi que depuis 18 mois, en France, sont publiées quasi-quotidiennement, et accompagnées de schémas et de graphiques, des données communales, départementales et/ou régionales ainsi que nationales, sur:

- les taux d'incidence;
- les tests;
- les patients hospitalisés et ceux qui sont sortis des hôpitaux;
- les passages aux urgences;
- les admissions en réanimation;
- les décès en hôpital ou en EPHAD;
- les injections quotidiennes par tranches d'âge;
- le nombre de vaccinés par tranches d'âge (1<sup>ère</sup>, 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> injections), sans oublier le suivi hebdomadaire du nombre de manifestants anti pass-sanitaire.

Cette quantification continue n'est rien moins qu'anodine: non seulement elle participe étroitement à cette société de surveillance individualisée dont il a déjà été question précédemment (cf. 1. Préalables), mais en accompagnant une gestion fine des opinions sous couvert d'informations constamment mises à jour, elle contribue à un traitement contrôlé «d'en haut» des Espaces publics concernés.

- L'accélération de la «plateformisation» des industries culturelles et médiatiques.

La montée en puissance des plateformes culturelles et informationnelles (particulièrement Netflix) est un phénomène connu, attirant à juste titre l'attention des observateurs et des chercheurs. Mais en quoi cette tendance (pour laquelle le qualificatif de «plateformisation» est d'ailleurs fort contestable en ce qu'il traduit une vision technologique par trop globale ainsi qu'une perspective éco-gestionnaire) se relie-t-elle à notre sujet et en quoi la crise pandémique en cours a-t-elle joué un rôle d'accélérateur? Dans un article tout récent, Antonio Vlassis attire justement notre attention (Vlassis, 2021): son article «...explores whether the US global streaming platforms are the winning players of the lock down measures and emphasizes the multifaced strategies developed by US-based platforms in order to strengthen their soft power», vis à vis en particulier de la Chine et des pays asiatiques d'une part, ainsi que de l'Union Européenne d'autre part. Et, "... in the light of COVID-19 global pandemic, US-based online platforms increasingly contribute both to the progressive economic integration of national audio-visual markets and to the potential development of media platform regionalization". La thèse est convaincante, particulièrement en Europe où les gouvernements sont peu préoccupés du devenir de leurs secteurs publics audiovisuels ainsi que de la diversité culturelle. Elle a toutes chances d'être confirmée, surtout parmi les catégories sociodémographiques les plus jeunes; même si dans le même temps les audiences des «médias historiques» ne semblent pas avoir baissé. Et, remarquons-le, ce ne serait qu'un *remake*, les groupes monopolistes

étatsuniens ayant déjà tiré profit d'une période de crise lors de l'après 2ème guerre mondiale pour asseoir alors leur mainmise sur les marchés mondiaux du cinéma de fiction.

Très clairement, la montée en puissance accélérée de cette nouvelle modalité de domination culturelle largement mondialisée ne doit pas être interprétée seulement à partir de ses effets sur les pratiques audiovisuelles et culturelles; ses conséquences ne sont pas moindres sur les échanges socio-politiques, car elles contribuent tout autant à l'individualisation et à la mondialisation de ceux-ci.

Finalement, je me garderai de tirer des conclusions assurées, tant en ce qui concerne les modèles d'action communicative en rapport avec les transformations en cours de l'ensemble des médias et moyens de communication, que des effets supposés de la crise sanitaire. Certains enjeux identifiés sont effectivement majeurs, mais comme indiqué ils ne peuvent être interprétés dans le seul temps court. Notre objectif était de fournir des clés de lecture ou plutôt d'interprétation qui ne se réduisent pas à ce que l'immédiété donne à penser. Et dans les sociétés démocratiques, la théorisation de l'Information – Communication à partir du concept renouvelé d'Espace public reste incontestablement éclairante.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Blondiaux Loïc et Sintomer Yves, *L'impératif délibératif*, Paris, Revue Politix N.º 57 "Démocratie et délibération", 2002.
- Calhoun Craig (edited by), *Habermas and the Public Sphere*, Boston, Massachusetts Institut of Technology Press, 1992, pp. 1-47
- Caune Jean, *Pour une éthique de la médiation, Le sens des pratiques culturelles*, Grenoble, PUG, collection Communication, médias et sociétés, 1999.
- Dahlgren Peter, *Media and Political Engagement, Citizens, Communication, and Democracy*, Cambridge, New York, etc., Cambridge University Press, 2009.
- Dodier Nicolas, *L'espace public de la recherche médicale – Autour de l'affaire de la ciclosporine*, Paris, Revue Réseaux/ Hermès, N.º 95/ 1999.
- Flichy Patrice, *Internet et le débat démocratique*, Paris, Hermès –science/Lavoisier/ Revue Réseaux, N.º 150/2008.
- François Bastien et Neveu Erik, *sld, Espaces publics mosaïques, acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes, PUR, 1999.
- Fraser Nancy, "Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of the actually democracy", In Craig Calhoun, ed., *Habermas and the public sphere*, Boston, Boston/MIT Press, 1992, pp. 109-142.
- Fraser Nancy ad Honneth Axel, *Redistribution or Recognition? A political– philosophical exchange*, London, Verso, 2003.
- George Eric, *L'utilisation de l'Internet comme mode de participation à l'espace public dans le cadre de l'AMI et au sein d'ATTAC, Vers un renouveau de la démocratie*

- à l'ère de l'omnimarchandisation du monde, Paris 10/ UQAM, Thèse en sciences de l'information– communication, 2002.
- Habermas Jürgen, *L'espace public*, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Paris, Payot, 1962/1978.
- Habermas Jürgen, *Parcours 2 (1990-2017) – Théorie de la rationalité, Théorie du langage*, Paris, NRF Essais Gallimard.
- Ion Jacques, "Engagements, espace public et sphère politique e France", Nancy, Presses Universitaires de Nancy / Questions de communication, série Actes 3, 2006.
- Lafon Benoit et Pailliant Isabelle (coordonné par), *Malades et maladies dans l'espace public*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy / revue Questions de communication N° 11/ 2007, pp. 7-176, 2007.
- Mattelart Armand, *La globalisation de la surveillance – Aux origines de l'ordre sécuritaire*, Paris, La Découverte, 2007.
- Miège Bernard, *L'espace public contemporain*; Grenoble, PUG, collection Communication, Médias et Sociétés, 2010.
- Miège Bernard, *La numérisation en cours de la société – Points de repère et enjeux*, Grenoble, PUG, collection Communication, Médias et Sociétés, 2020.
- Mercier Arnaud, *Vers la construction d'un espace public européen? Recherches sur l'Europe en contruction*, Paris, L'Harmattan, 2003.
- Mouchon Jean, (sld), *Les mutations de l'espace public*, Paris, L'Esprit du livre ed., 2005.
- Mouffe Chantal, "Deliberative democracy or agonitic pluralism? revue Social Resarch N.° 66, pp. 745-758, 1999.
- Münster Arno, *Le principe "discussion", Habermas ou le tournant langagier et communicationnel de la théorie critique*, Paris, Editions Kimé, 1998.
- Negt Oskar, *L'espace public oppositionnel*, Paris, Payot, 2007.
- Romeyer Hélène, "Tics et santé: entre information médicale et information de santé», *Tic et société*, vol. 2, n° 1, 2008, <http://www.ticetsociete.org>.
- Romeyer Hélène (ed.), *"La communication dans l'espace public"*, Rennes: Presses de l'ENSP, 2010.
- Rousiley C. M. Maia (coordenadora), *Midia e Deliberação*, Rio de Janeiro, FGV Editora, 2008.
- Schlesinger Philip, *"After the post-public Sphere"*, Sage: Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington and Melbourne, Media, Culture and Society, Volume 42 (7-8), Number 5, July 2020, pp.1545-1563.
- Suraud Marie-Gabrielle, *Vitalité et structuration de l'opinion publique: la perspective d'une démocratie délibérative*, Paris, Revue Hermès/CNRS éditions, N.° 47 (177-184), 2007.
- Tremblay Gaëtan, *Sur la piste des mutations communicationnelles à l'ère numérique, Une problématique des déplacements*, Conférence Inaugurale du Conrès de

Grenoble de la SFSIC, 108 écrans, juin 2021, à paraître dans les Actes du Congrès. SFSIC éditions.

Vlassis Antonios, "Global online platforms, COVID-19, and culture", Sage: Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington and Melbourne, Media, Culture and Society, Volume 43, Number 5, July 2021, pp. 957-969.

Zuboff Shoshana, The Age of Surveillance Capitalisme, London, Profile Books, 2019.

# Sustainable Health, Inequalities and Occupational Therapy: what role for the media?

## Salud sostenible, desigualdades y terapia ocupacional: ¿qué papel para los medios de comunicación?

## Santé durable, inégalités et ergothérapie: quelle place pour les médias?

ANNIKKI AROLA

*Arcada University of Applied Sciences, Finland  
annikki.arola@arcada.fi*

MATTEO STOCCHETTI

*Arcada University of Applied Sciences, Finland  
matteo.stocchetti@arcada.fi*

### Abstract

We are all quite accustomed to the idea that media are influential in the social construction of reality and in the representation of relevant social issues. The discussion about the origins, nature and especially direction of this influence is however less widespread when the focus is on issues of health and inequality. The main **research problem** of the paper is the need to combine available, critical research on the influence of the media in the social construction of reality could combine with critical contributions on the representation of healthcare and inequalities in contemporary developed societies. This combination is important for the education of occupational therapist with the necessary competences to address the influence of the media on healthcare and inequalities in contemporary societies. The main **objective** of the paper is thus to formulate a preliminary conceptual framework for the critical study on the role of the media in the representations of health and inequalities in these societies and the education of occupational therapists that could effectively engage with the problems associated with this influence and its effects



on society. The **methodological approach** of this paper is mostly argumentative. It relies on available scholarly debates in the relevant domains and on the ongoing research on the impact of the pandemic crisis. In analytical terms, the impact of this crisis on mediated representations of health and inequalities is interesting because it has contributed to brought to lights how issues of inequalities crosscut socio-political, socio-economic and bio-medical domains in countries at different stage of development. While the crisis is still ongoing and research yet inconclusive, patterns of multidimensional inequalities are emerging quite clearly. The ambition of this paper is to deliver a conceptual tool or framework that could facilitate scholarly debate and professional education. This ambition and this tool are also in line with the promotion UN goals of sustainability especially goal #3 about sustainable health and goal #10 about inequalities. We thus address these issues from an educational standpoint: to develop Occupational Therapy education to equip future occupational therapists with the competences necessary to promote health and the decrease inequalities in society.

The paper is divided in four parts. In the first one we discuss the role of the media in the representation of health. Our focus is on the influence of ideology and business model as two of the most significant aspects in the mediated representations of health, well-being and loneliness, especially in older people and other vulnerable groups in society. In the second, we discuss the impact of the pandemic crisis on the role of the media in the representation of health and inequalities. This role is difficult to capture in its complexity as the reporting on the pandemic encompass a variety of themes in different domains (e.g., politics, economics, bio-medic, demographic, science, etc.). In the third, we briefly discuss how media influence relates to national health cultures. 'Health' and 'inequalities' are concepts with strong cultural connotations and denotations. To discuss the role of the media in relation to health and inequalities without taking cultural aspects into consideration risks to amplify the influence of cultural globalization and the ideological forces associated with it. In the last section, we draw some preliminary conclusions and sketch a way forward to make the media more part of the solution than problem in the effort to tackle inequalities in healthcare.

**Keywords:** health, inequalities, media.

## HEALTH AND SOCIETY: THE ROLE OF THE MEDIA

Health is a broad concept and have been defined in several ways. The most common definition of health is the WHO: s definition from 1946:

"Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity" (WHO, 1946).

Other descriptions of health focus more on the individual. Nordenfelt's (1987) definition of health express health as a person's ability to achieve vital goals in life while Venkatpuram (2011) highlights that health is a person's ability to manage one's beings, doings and functioning in everyday life, so called capabilities. In these definitions, and in contrast to the biomedical view which focuses more on disease prevention and care, health is seen as a resource and capability. According to Venkatpuram (2011) this view is the foundation of health justice.

Another concept which is widely used is that of “sustainable health”. In occupational therapy sustainable health is understood as the possibility to choose and participate in meaningful activities. Sustainable health means to have the resources, both at personal level and in the living environment, which enables participation in daily life and in society. The question is thus: what is the role of the media in enforcing one or another concept of health? Which concept is more influential and what impact does it have on the possibilities to achieve health justice for vulnerable groups in society?

## THE ROLE OF THE MEDIA: THE NATURE AND DIRECTIONS OF THEIR INFLUENCE

Generally speaking, the media are very influential in shaping our perception of reality and, therefore, of the meaning we give to health, wellbeing, ageing, loneliness and the conditions of the most vulnerable in our society. But the actual effects of this influence on what people think and do depends also on people and some are more vulnerable than others. Education is important to develop critical thinking and reduce the influence of media, whatever the nature of this influence.

Having said that, there are no doubts that the media play an important role in our perception of reality and that the so-called **mediated representations of reality** are influential in shaping our ideas about the world and what we think, sometimes even beyond awareness (we usually know what we think but not always we know why we think what we think).

As an example, our perception of older persons and vulnerable groups in society is strongly influenced by how persons belonging to these groups are described in the media. Positive or negative descriptions may significantly affect our representation of the social meaning of aging. In education, it is important to highlight this aspect by supporting students’ critical reflection on how their own opinions are influenced by media. To understand the nature and direction of this influence, we need to ask at least two questions: 1) what are the forces that influence the media and their representations of reality? 2) how strong is the influence of the media on our ideas, opinions, beliefs, etc?

In relation to the first question and simplifying a topic that would be too complex to discuss here, we think there are at least two major forces that influence the way media represents reality: Ideology and the business model. By ideology we mean here a set of more or less implicit assumptions concerning fundamental aspects of the world (e.g., about human nature, history, society, morality, etc.) that influence the way people interpret important events and daily aspects of our life. Ideology is a bit like a religion: it has a great influence on the mind and actions of those who believe in it. In our age the most influential ideologies are capitalism (Neoliberalism), populism, environmentalism and, to a lesser extent, socialism.

It can be argued that ideology influences healthcare professions through more or less implicit sets of assumptions about the world, what makes us human and health. In occupational therapy and occupational science, a fundamental assumption is that all humans have an inner drive to be active, to be able to do things in their daily life, which is the basis for the experience of health and wellbeing. But that is

not all, an important aspect of daily life concerns belonging and becoming, or the idea that a person has a context where s/he can interact with others, be part of a group. It also means that the person should have some kind of picture of the future; how will my future look like? In education, it is important to discuss and reflect on these assumptions with students in order to prepare them to tackle the influence of society on our lives and for example the influence of the media. What happens if the ideology inspiring media representations are not in line with fundamental assumptions constitutive of professional orientations? Could there be a risk that the students experience a conflict between these two? Which force will be the dominant one to affect the view students have on their role as the professionals of the future? Can we expect students to uphold notion of health justice and the promotion of health among vulnerable groups in society in opposition to the commodification of healthcare? How vulnerable will they be to the media depiction of the professional work in terms of more or less “fancy” fields and the risk of increased marginalization for vulnerable groups associated with it?

Although some people also consider democracy an ideology, we are hesitant in doing so because democratic assumptions are quite explicit and usually refers to rules to discuss opinions and reach legitimate decisions rather than to implicit assumptions on human nature or the meaning of history. This is not to say, however, that democratic ideals are not influential in inspiring people lives. In fact, ideals such as freedom of expression and social justice are quite key and influential in the work of many journalists. In occupational therapy and occupational science, a core ideal is the individuals’ right to have an impact on the care and service they receive. Once health is interpreted in relation to democratic ideals, ageing and vulnerability should not be conditions that undermine the fundamental right of individuals to self-realization and agency.

The other force that influence the media is their political economy and business model. Media organization, like every organization, needs material and immaterial resources to functions properly (e.g., money, competent people, time, etc.). Every media organization is dependent, albeit in different measure, from the control of some resources. While it makes a great deal of difference if a media company is a private or a public company, some authors believe that there is a fundamental logic –media logic– that characterizes the working of the media compared to other social institutions such e.g., politics. In our time the influence of capitalism on the media is amplified by the organization of most media companies as commercial companies: entities that must compete on the ‘media market’ and try to survive, if not grow, by performing their functions in commercially sustainable ways or, in other words, through the accumulation of profit. The exception here are public service companies that are supported by the state and public funding. Both commercial and public service media, however, compete for the attention of their public.

From the standpoint of sustainable health and equality, it was quite obvious that during the pandemic, media supported the overall view of the necessity to restrict and isolate the old one’s from their possibilities to participate in society. This is a good example of how media can easily influence our perception of reality, the so-called mediated representations of reality. It can be argued that the need to compete and

survive within the media market create situations where the way in which media present the reality is in line with the most influential opinions in society.

## **CAPITALISM, MEDIA, AND VULNERABILITY IN DEVELOPED SOCIETIES**

To get their audiences' attention media must, to some extent, reflect meanings and ideas that are influential in society. In this sense, mainstream ideas about health, wellbeing, ageing, loneliness, and the condition of the most vulnerable in our society do not come from the media themselves but from the beliefs, values, visions etc. associated to influential ideologies in our societies.

Especially in Finland we like to think that we are living in a democratic society, with a strong 'socio-democratic' or 'welfare' tradition and this is undoubtedly true to an extent. At least since the last couple of decades, however, influential forces inspired by capitalist ideology are trying to dismantle this tradition.

These efforts are inspired by at least two implicit set of assumptions: one concerning the relationship between individual and society and the other concerning the relationship between the economics and the ethics of healthcare. The core idea in the relationship between individual and society is that non-productive people – individuals that for age, physical or mental conditions, or other health related problems cannot work – are a burden for society. The economic freedom of productive individuals should not be limited by the obligation to contribute to the costs associated to the care of the non-productive individuals. Core in the second set of assumptions is the idea that the care of the elderly and other 'unproductive' individuals is better left to the 'market' as the most efficient mechanism to organize the usage of available resources and, most importantly for investors, to create 'value'.

These ideas are usually left implicit because their moral implications are quite unacceptable to most of us. The first idea implies that human value is not absolute but relative to their 'productivity' and that solidarity is a negative value to the extent that it leads to a 'waste' of resources. From the standpoint of the 'capability' approach, however, the situation is quite the opposite. If we do not recognize the individual's capability, there will be even more waste of resources and by that it will create even more health injustice for vulnerable groups. The second set of assumptions implies nothing less than the moral justification to make a business out of the assistances to most vulnerable members in society, appropriating part of the resources that private individuals (e.g., the children fees for their elderly care) or public institutions (e.g., public funding of elderly care homes) invest in the care of the most vulnerable members of our society.

We think this is not only wrong on moral grounds (as the profits of some depends on the infliction of suffering on others) but also dangerous because it erodes the very fabric of society and paves the way to the rise of authoritarian ideologies.

The influence of capitalism on the media and the mediated representations of important realities such as health, ageing, social exclusion etc. is not only a problem for Finland but for all democratic societies. At the core of this problem is the fact that, contrary to what Western propaganda preached during the Cold War, capitalism does not bring about the ideals (fairness, justice, solidarity, freedom, equality, etc.)

usually associated with democracy. Quite the opposite, in the 21st century, the two are increasingly at odd and, as the example of Russia and especially China shows quite clearly, capitalism is increasingly incompatible with democracy. Democracy cannot 'survive' with a communist regime: capitalism instead can live and prosper.

Capitalist representations of health, wellbeing, ageing etc. seek to naturalize an image of 'health' as a condition that individuals have the moral duty to seek and preserve, to avoid been passive consumers and therefore a burden to the rest of society. In the digital age, the influence of this ideological interpretation of health is reinforced by the culture of the quantified self that promotes self-improvement through self-tracking and digital 'fitness' technology (Moore 2018; Lupton, 2017; Lupton, 2016). In these representations, individuals are 'tools' or productive machinery whose performance can be tracked and improved – even self-tracked and self-improved – through the collection of data about our physical condition that, once collected, stored and properly organized become valuable for the business associated to it, for example the healthcare, fitness or the insurance business. These representations contain some core features of contemporary capitalism such as surveillance, the commodification of health & wellbeing, the representation of individuals as tools of production – productive also in the sense that their data feeds the profitable business of insurance and health companies – and a culture of health in which fitness and health are interpreted as a moral responsibility of the 'responsible citizen' towards the rest of society (Brown & Baker, 2012).

The culture of health that media supports in capitalist society is mainly focused on physical health. Other aspects of health and wellbeing are not recognized or valued. Indirectly, this means that there is no value in those groups or individuals who have decreased physical health caused by aging or other diseases. To highlight this aspect of media influence for students is essential to increase students' awareness of their own view on health and the view which is the foundation in the profession.

Another way in which the media reflects and spread the influence of capitalism is through discourse or the way we frame the problems associated to the healthcare. Today, for example, these problems are usually discussed in terms of 'wellbeing'. This notion, however, is relatively new and it has replaced the older concept of 'welfare'. The ideological rationale for this shift consists in erasing the idea of public responsibility in creating favorable and equitable conditions for individual lives that was core in 'welfare'. 'Wellbeing' is more acceptable to contemporary capitalism (Neoliberalism) because put the responsibility on the individual and removes a concept that, in those days, was associated to Keynesian political economy (a political economy that sought to mitigate the negative effects of 'free market' economy with higher taxes on capital and more public funding of public services e.g. education, healthcare, public transport, etc.).

As capitalism considers the individual a tool of production and consumption, it is no wonder that in societies where capitalist ideology is influential, elderly people are seen as a burden but also as a business. Even Finland – allegedly one of the countries that offers the best elderly care services – the privatization of elderly care has led to a decline in the quality of these services. It is quite clear that an ideology based on the accumulation of capital cannot have much respect for human life independently

from the production process. Mediated representations of ageing reflect this fact to the extent that the media themselves are vulnerable to the ideological influence of capitalism.

A similar point can be made about loneliness, social isolation, marginalization, poverty, and every condition that reduces the individual productivity. The idea is simple: if you do not do your part, you are a burden for those who do. This idea is effective because is simple: it looks fair (but is not) and therefore it justifies the condition of these people. It is the functional equivalent of the phenomenon known in social psychology as 'blaming the victim' (as it usually applies to the victims of rape). So, we can blame the poor for their condition, e.g., because they are lazy, and those who are unhealthy for theirs, e.g. because they indulge in unhealthy behaviours. But the underlying idea is that social life is not different from the life in the jungle where the only 'law' is that of the survival of the fittest. This idea is commonly referred to as 'Social Darwinism': a distorted interpretation of Darwin's theory of evolution, in which individuals fight for survival and the 'winners' are entitled to dispose of the 'losers'. Because of its essentially barbarian nature, this idea is usually kept hidden in mainstream discourse. However, it is not difficult to spot its influence in much of media representations.

When we try to assess the influence of ideological beliefs on the media, we must keep in mind that what matters is not only 'what is shown' but also 'what is hidden' or made invisible. Available research on global journalism, for example, suggests that issues of poverty, exclusion, etc. are regularly neglected (Lugo-Ocando, 2015). If you have ever watched BBC Work or CNN International, you may have noticed that virtually every event in the world is explicitly or implicitly discussed in relation to its repercussion on global or local economy and 'growth'. In these media, the influence of global capitalism is particularly evident. In the coverage of the current pandemic, for example, the focus is constantly on the impact on global economy. As upsetting as this may be, this is hardly surprising. The point of view of these mainstream and transnational media is precisely the point of view of global capitalism. Their representations of reality are those who address the concerns of these elites.

Finally, it is important to realize that the influence of capitalism is challenged by all the other ideologies. Populism, environmentalism and in some cases even socialism (in the mild form of social democracy) are increasingly challenging mainstream representations of health, ageing, global exclusion, poverty, injustice etc. through alternatives representations that find expression especially in the social media. A detailed discussion of these alternatives would require more space that is possible to have here. But perhaps there are at least two points worth making. First, the interest in alternative representations is clearly motivated by the damaging effects of 'free market' ideology on society but social media facilitate the circulation of these alternatives and amplify their relevance to some extent. Second, if we look at the implicit assumptions of the ideologies competing with capitalism it is clear that not all of them are inspired by democratic ideals. In populist representations, for example, the desire of a better care for the elderly and the vulnerable parts of the population is usually associated with the promotion of boundaries that create new forms of exclusions, inequalities, injustice etc. And of course, the media who are influenced by this ideology reflects that.



## THE MEDIA AND LONELINESS

When it comes to loneliness and the role of the media, we would like to stress the difference between mediated and non-mediated social relationships. Too often, the two are discussed as if they were functional equivalent while they are not: social relations on-line with virtual 'friends' are no substitute for social relations in real life with real friends. More radically, the 'virtual world' is not and should not be a substitute for the real world. The idea that the 'virtual is the new real' has been suggested as an epistemological provocation designed to question the nature of what we call 'reality' and usually take for granted. Blurring the difference between the real and the virtual worlds, however, is a convenient move for every ideology as ideology itself is a bridge between the real condition of the individual and the imaginary world of certain political ideas.

The loneliness brought about by the incitement to spend more and more of our lifetime in front of a screen rather than with our friends is neither unexpected nor accidental but part and parcel of the transformation of society from a collective into an aggregate of individuals – what French sociologist Pierre Bourdieu described as the 'essence of neoliberalism' (Bourdieu, 1998)

In this perspective, the notion of digital divide is relevant, to describe the inequalities relating to the two fundamental conditions of 'virtual' sociality. First, access to digital technology (smart phone, laptop, etc.) Second, the skills and competences necessary. As the delivery of healthcare services is also increasing dependent on digital technology (e.g., e-health, distance rehabilitation etc.) is it easy to foresee the new form of injustice that will affect the most vulnerable groups in society. For most people in these groups, while the access to services is restricted due to lack of skills to use the service, the lack of human contact in rehabilitation contribute to increase the sense of loneliness and powerlessness. However, we should not forget that we have also older persons who are used to technology and the use of social media. As Reed (2021) has exemplified, social media could be used to decrease loneliness among youth. The same could be said about older persons. However, Reed (2021) also highlights that this kind of solution is only a substitute for real face-to-face contacts between humans.

Research on new media and youth shows that not only loneliness but also anxiety and depression have increased with the spread of mobile technology and social media (Fox 2019) (Peper & Harvey, 2018) (Primack et al, 2016). This is not surprising as for at least 20 years now, a combination of corporate interests, technological myths and fascination with novelty have had a determinant role in selling the idea of 'mediated presence' or that we can be together while being apart. As Mikko Villi and one of us have argued elsewhere (Villi & Stocchetti, 2011), what these technologies do is not to make distance irrelevant but rather to make absence productive. Whereas certain social actions and rituals required physical presence, nowadays most of the same actions and rituals can be performed from distance. As distant learning/teaching show in a rather obvious way, however, something very important has been lost in the trade-off between the 'real' and the 'virtual'. Put simply, when we are socializing online, we are not with our friends, colleagues, students etc. Most of the time we are alone, in front of a piece of technology. It is no

wonder that we may feel alone. Hundreds of friends from around the world, can hardly compensate for the proximity of a friend in real life. As digital media are here to stay, if our problem is to deal with loneliness, we must learn to use these media instead of being used by them. And of course, professional educators have a great responsibility in this respect.

## THE MEDIA AND THE PANDEMIC CRISIS

In relation to the role of the media in the Covid 19 pandemic is useful to look at least three issues concerning: 1) the impact of the pandemic on health & inequalities; 2) the impact of the pandemic on the media; 3) the impact of the media on health & inequalities]

## THE IMPACT OF THE PANDEMIC ON HEALTH AND INEQUALITIES

This pandemic crisis has shown the huge inequalities between rich and poor countries ven more glaringly, it has shown that huge inequalities in conditions of life and health also exists within some of the richest countries and those, such as the US and the UK, who are often considered examples of democratic societies. The crisis has shown that health is a privilege rather than a right and the media have contributed to bring this to light when the reporting of the human and social costs of the pandemic was associated with issues of discrimination, e.g., police violence in the US, or vulnerability for sectors of the industry and their workers. From the same media we have learned that, while the economic impact of the pandemic put millions of people on the edge of poverty and struggling even for food, some billionaires like Bezos (Amazon) and Musk (Tesla) got even richer. Yes, the media reported all this. The question about the impact of this reporting, however, is a more difficult one to answer. Learning that health is a privilege for a few also in democratic societies may be surprising but, apart from that, the actual impact of people attitudes depends once again upon their ideological standpoint. The realization that inequalities and injustice exist may push some to seek ways to eliminate or reduce them, others to just protect themselves, and other still to take advantage of them. It all depends on personal inclinations and, collectively, from the political inclinations or ideological beliefs of these people. The individualism embedded in capitalism and even more in Neoliberalism makes of solidarity a wrong strategy to protect oneself against adversity of life and self-centeredness a better one.

## THE IMPACT OF THE PANDEMIC ON THE MEDIA

Every crisis enhances the relevance of the media and pandemics are not an exception. Dramatic occurrences like wars, natural or social disasters etc. increase the relevance of the media because increase people insecurity and trigger the need for more information as a cognitive strategy – and quite rational one – to reduce uncertainty, to know as much as possible what is going on. On individual level the reaction is not dissimilar to that of someone that hears a sudden noise: we open our eyes and ears; we look around and try to locate the provenience and the cause of the noise as from evolution our bodies have learn a response that have granted our ancestors a better chance at survival. In a sense, we are all the survivors of those



that, in case of emergency, sought more information to be ready to run or fight. On a collective level, the issue is a bit more complicated as, in situation of crisis, media are also part of the effort to control the social impact of this crises – e.g., avoiding panic, identify culprits, etc. At times of crisis, thus, the media are at the centre of at least two different and partially competing efforts: the people want to know, and the authorities try to control what people know to control their behaviour. Both efforts, however, increase the social importance of the media.

In this perspective, the role of the media in the pandemic is very similar to the role of the media in war. The control of the way the crisis is represented in the media is crucial for the success of the initiatives designed to face the crisis. This also explain the concern with disinformation and the so called “infodemics”. But there are at least two considerations here. First, the spread of misleading information about COVID, its origins and, for example, its treatment can be very dangerous. In this pandemic, like in war, information about ongoing events is often fragmentary, confusing, uncertain. In these conditions, the urgency with which most media seek to ‘break the news’ becomes a serious obstacle for the quality of the information itself. In addition, given the global relevance of the crisis, it is scarcely surprising that some governments or some groups try to spread information that foster their political interests. But, again, this is nothing new and something that we should expect happening in every crisis. It leads, however, to the second consideration. The more or less deliberate spreading of inaccurate or even misleading information about the pandemics is strengthening the influence of groups that seek to enforce more control or even censorship on the media, especially non-mainstream and non-institutional sources of information like social media. We think this idea is very dangerous because it seeks to take advantage of the concerns and even fears raised by the problems of information in this pandemic to establish a regime in which some ‘guardians of truth’ decide the information we can have access to. Censorship, however, is the wrong solution for at least three reasons. First, it implies a paternalistic view of the people as ‘children’ who need ‘parental guidance’ and this is clearly unacceptable in democracy. Once we accept the idea that someone can decide what we can read or not, the idea that people are too incompetent to choose their own government will seem bit more acceptable and perhaps a rather obvious implication. Secondly, the idea of a pure, uncontaminated truth is a myth that is losing followers even in the scientific community. Scientific truth is the kind of truth that get closer to that ideal. But as every scientist knows, this kind of truth always comes with set of conditions that limit its validity. In our daily lives we live with beliefs that are true enough to let us go through our daily troubles, but imperfect information is a normal condition in human affairs (Marshall, 2017). The idea that circulating information can be controlled and if necessary censored based on some clear-cut criteria of what is true and what is not should thus raise suspicion for the simple reason that, *in relation to the issues that really matter*, such possibility is extremely implausible. Finally, this idea is a bad one because once is decided that information must be controlled more than is currently done, the question emerges: who control the controllers? And this is not an easy question to answer for the simple reason that, being a political question, the answer depends more on existing relations of power than on applied principle of fairness.

Misinformation is an unavoidable aspect of human communication. It has always existed and there are no reasons to believe that efforts to eradicate it will bring about a better society. Rather, there are reasons to believe that in our age – the age of virtually unrestrained freedom of communication – much of the concerns about misinformation conceal efforts to control circulating information. While this is obvious for countries like China and Russia that, unsurprisingly, are among the most vocal in supporting control on circulating information, we should be critical of similar propositions when they are advocated by influential groups in democratic societies.

But what then can be done to limit the spread and the effects of disinformation? The best defence against misinformation and propaganda is not censorship but education & critical thinking. As we are told that the vaccine is the best defence against the virus, we should believe that exposure and ‘ideological vaccination’ is the best therapy against deliberate or non-deliberate distortions of available information. As one of us has argued elsewhere (Stocchetti, 2020), the strength of democracy depends on the strength of its citizens and critical thinking is a key quality that can be achieved only by exposures to different ideas and competing information.

#### THE IMPACT OF THE MEDIA ON HEALTH AND INEQUALITIES DURING THE PANDEMIC

The pandemic is a crisis, and, in every crisis, people seek more information. The media coverage of the pandemic has surely brought the issue of global health and inequalities to the attention of a broader audience. It has done so by globalizing issues of health and inequalities: facilitating the interpretation of these issues from a global perspective, one in which interdependence of human societies is brought to the fore. We should also be careful, however, not to overstate this point. The mediated globalization of health and inequalities is a process affecting only those people that regularly access the media with a global reach. The fact that most people on the planet do not, is an objective limit to the impact of media influence.

One way of answering questions concerning the impact of the media on health and inequality is to look more broadly at the representation of the crisis itself or, more precisely, at the different interpretations or ‘discourses’ of the crisis and its effects. This is of course a larger topic on which much has been and presumably will be written.

Our impression of the role of the media in this pandemic is that the media performed as a funnel in which very different and sometimes competing interpretative frameworks (or ‘discourses’, ‘narratives’) mixed with confusing results. In the early stage, the crisis was covered mostly from the medical point of view. That rapidly changed and with the extension of contagion it quickly become a matter of global economy. The count of human casualties still proceeds in parallel with the assessment of current and future economic losses, making it clear for all to see, if there was a need for that, the influence of global capitalism on our lives and on the media. The apprehension about both the human and the economic impact of the pandemic put pressures on the scientific community which reacted promptly but presumably not promptly enough to reassure the people and to give the political leaders solid grounds for their decisions. In the media, stories about

the importance of science to address the crisis were coupled with stories about the disappointment with the uncertainties and slowness of scientific progress. The same media also reported about the proliferation of misleading interpretations of the crisis, of its causes, of its remedies etc. especially as conspiracy theories of all sorts flourished in the social media, somehow paradoxically contributing to their visibility. When the crisis was politicized, the role of the media became even more influential as the pandemic become one of the most important issues in the US presidential campaign but also in international politics (e.g., the row about the early Russian vaccine) and domestic politics. The media stories about the face-masks and the vaccine are especially interesting as all the main discourses and interpretative standpoints of the crisis converged on these themes. The use of the facemask was object of a controversy that involved science and morality: the actual efficacy of its use against contagion, and the legitimacy or illegitimacy for imposing or merely suggesting its usage. Since the beginning, the vaccine was presented as the holy grail of science: the outcome that everyone expected and whose complexity only few really appreciated. Even before it materialized, the vaccine was a divisive theme in virtually all the communities involved (scientists, politicians, administrators, business people, shopkeepers, teachers, students, families, etc.). In the coverage of vaccine and vaccination converged the issues of scientific caution and conspiracy theory, national pride, international cooperation but also competition or 'vaccine nationalism', state subsidies, industrial efficiency but also corporate corruption, etc.

The media funnel thus mixed different interpretations, combining the medico-scientific discourse with the economic and socio-economic, the environmental, political and even technological discourses. It did so in a global perspective, from a standpoint that privileged the implied audience with interests, curiosities and inclinations to look beyond their own respective 'local'. And by doing so, the media coverage of the pandemic crisis from a global perspective also contributes to establish a global audience for the global coverage of a global crisis. As the Vietnam war was the first war fully covered by TV, this pandemic is the first medical crisis to be covered and therefore interpreted from a truly global perspective (however accessible to the minority that regularly follow news media). From this global perspective, for example, countries were ranked in relation to the number of infections and casualties: a ranking that has an obvious symbolic value. This ranking showed the success of Finland and the failure of the UK and especially the USA with the 'discovery' of the unequal impact of the epidemic among not only age cohorts but also ethnicity and socio-economic status. Initially, it also fostered the idea that countries with women at the helm (like Finland, Germany, and New Zealand) fared better than those led by men (like the US, UK and Brazil).

Assuming the standpoint of a captive consumer of news media, what would this person have to say about the impact of the media on the representation of health and inequalities in this pandemic crisis?

A few tentative points:

- 1) It made everyone aware of these inequalities and aware that the effects of the pandemic are all the most severe for the people that are socially disadvantaged or otherwise vulnerable;

- 2) it also shows that there is little interest in doing anything about this state of affairs both at national and international level;
- 3) it showed the limits of science, its dependence not only on funding but also on time and cooperation.
- 4) It showed that, international cooperation is both a necessary and elusive goal and this despite the rhetorics of politicians.
- 5) It showed the limits and the vulnerability of the global economy, the non-sustainability of this model of development for both the social and the natural environments. More radically, the media coverage of the pandemic showed the limits of globalization and the ideology (Neoliberalism) that feeds it, the media 'funnel' reflected this crisis, its effects, its implications and potentialities, but the exponents of the same ideology learned the lesson better than anyone else and they are committed to avoid unwelcome developments – the 'Great Reset' launched at Davos (<https://www.weforum.org/great-reset>).

Finally, in this tentative discussion of the impact of the media on issues of health and inequalities in the pandemic, it is perhaps useful asking not only what the media showed but also what they did not show: what remained invisible, neglected or un-represented in the mediated representations.

In this pandemic, information media have the almost impossible task of reporting the crisis amid enormous tensions between competing imperatives: 1) inform about the gravity of the crisis vs. avoiding the spread of panic; 2) reinforce the credibility of institutional authority vs. criticise the cases of inefficiency; 3) support the authority of science vs. reporting about the uncertainty which characterises scientific enquiries; 4) reporting about the politicization of the crisis vs. contributing to the politicization itself e.g. neglecting the scientific literature about the influence of corporate companies on scientific research.

When we ask questions concerning the role of the media and, more broadly, about the communicative construction of the world, we should discuss not only what is explicit, or 'visible' but also what remains implicit or 'invisible'. And in this pandemic the attention of mainstream media has neglected at least two important themes: the political responsibilities of governmental cuts to public healthcare and the nature of the agreements on the provision of vaccines between the governments of the states and corporate companies.

The media coverage of the pandemic focused on the idea of an unprecedented emergency but failed to point out that the vulnerability of national healthcare services (NHS) was the result of deliberate efforts to roll back public healthcare. In the UK, for example, recommendations about personal behaviour focused on the idea of individual responsibility towards others and towards the national health service. The slogan was 'stay home, save lives, protect the NHS', which is interesting because the NHS is supposed to protect us instead. But authorities feared the collapse of the NHS and this is understandable. What the media have not told, however, is that for the last 20 years or so in many EU countries governments influenced by Neoliberal ideology promoted a policy of austerity that cut down hospitals and intensive care units/beds dramatically. The vulnerability of NHS was not only a result of the pandemic

but also of a political economy of healthcare inspired by the dogmas of Neoliberal economics – privatize and cuts to public spending to reduce taxes.

Another issue that remained invisible is the relationship and the nature of the contracts between the companies that provide the vaccines and the states. The issues of corporate responsibility appeared shortly in the media because of the row between the EU and AstraZeneca. The tension escalated until the EU threatened to publish the contract. After that black out, AstraZeneca used more conciliatory tones and the dispute lost the attention of the media.

## THE MEDIA AND NATIONAL HEALTH CULTURES

Cultural differences are important and influential in the interpretation of media representations of health, elderly care, inequalities, loneliness etc.

There are however, at least two points worth discussing here, about the cultural role of the elderly and about the role of globalization on local cultures.

It is a common place that traditional cultures have more respect for the elderly. We do not know if this is the case and perhaps one should also question the meaning of respect and what this notion means in practice. It is easy, however, to understand the social role of the elderly and the implications of this role for ideologies that seek to erase the memory of the past to promote their vision of the future.

In every society, and even independently from the level of technological development, the older generations are the depository of the collective memory: the memory of the way important and less important events were experienced. This memory is something else than the historical records or the official history, although these may all be connected. The older people were actually there when those things happened, the past that has made a community what it is in the present was actually in the making. And the personal experience of 'history in the making', so to say, is an important source of wisdom. The idea that wisdom comes with age sounds out of fashion because of current obsession with novelty and innovation. But this obsession itself is an effect of an ideological indoctrination which reduces ideas to commodities and would like people to consume ideas as we consume objects (designed to last less than they could so to speed up the production-consumption cycle that reproduces the capital). Forgetting has always been very convenient for all those who seek to control society. In the past, it was about burning books. Today is about burning out the memory of past as in fashion every new collection makes the previous one obsolete by definition. In other words, the elderlies are useful because they are living memory and, as such, they may give younger generations the possibility of avoiding at least the mistakes of the past.

In this perspective, the care of elderly is a form of social care that contains both symbolical and practical aspects. On symbolic grounds, the care for the elderly signals to the institutions of society and the younger generations that the elderlies are important and deserve respect as representatives or survivors of the past that nurtured the present. On practical grounds, however, the care of the elderly shows to the presently young that society will take care of them when time will come and that, in consequence of this, they do not have to worry about ageing and, perhaps, be more inclined to support the community that has taken care of them when they were younger, and will take care of them when they will be old.

In other words, *taking care of the elderly is important for society because it reduces the anxiety associated to the fear of death*. Afterall they are like we will be one day – if we don't die before – and wouldn't the lives of the young would be better lived knowing that we will receive care, affection and respect even when our body will decline and we will become weak and vulnerable? The key to this phenomenon is identification. To the extent that we are able to identify ourselves with the most vulnerable in our societies, we will treat them as we would like to be treated in their place. Of course, this identification – sometimes also called solidarity – is anathema for those who seek to spread the influence of capitalist ideology. But we know today that capitalism is an ideology who handle the fear of death through suppression, denial and, whenever possible, commercialization.

The second point is about globalization and, since globalization is a multidimensional phenomenon, cultural globalization in particular. The main point here is, put simply, that as the business of health and elderly care involves corporate companies with a global reach, also the cultures and the practices of health and elderly care 'evolve' in order to adapt to the 'revolution' brought about by the 'affordances' of digital global care.

Cultural globalization is associated with, and in many respects an effect of, economic globalization: the world-wide circulation of goods, capital, services, technology, and information and, most importantly for our discussion, the integration of national economies into the global economy or the economy of the 'global market'.

The role of the media in this process is both macro & micro. Macro because the international media business sector is an influential globalizing force. Micro because much of the digital technologies involved in the elderly care is associated with or requires the participation to a global, eminently corporate digital infrastructure – a world where the main rationale is profit and commercial growth, not care.

When discussing cultural difference in the elderly care and other forms of social care, the key question is the relative balance between the advantages and disadvantages associated to these developments and, ultimately, the impact of globalization on the lives of the recipient of care, rather than on the profits of the companies in the business.

## **THE MEDIA, HEALTH, AND INEQUALITIES: PART OF THE PROBLEM OR THE SOLUTION?**

The role of the media can go both ways: increase or decrease inequality in health because, as I argued above, it all depends on the nature of the dominant ideology. I would like to make three points about 1) broad conditions of media concentration and the role of ideology (the media as a stake in the competition between capitalism and populism; 2) equality, ideology & education; 3) the role of public service.

### **THE MEDIA AS A PROBLEM OR THE SOLUTION? OUR PRESENT CONDITION**

By and large media organizations are increasingly exposed to the processes of commercialization and concentration (Hardy, 2014) that makes them more vulnerable to the influence of capitalism. The so called 'media logic' is mostly one in which the production and circulation of content is motivated and inspired by profit or, as



production managers calls it, 'commercial sustainability'. The obvious exception are public service media which, however, are a minority and, by definition, vulnerable to influence of non-democratic governments.

Can dominant 'media logic' promote equality, in health or anywhere else? we are quite sceptic about it because, if profitability is king, then those with more access to financial resources will run the show. This means, for example, that most information will consists of more or less explicit advertisement because for media outlet is cheaper to use texts provided by corporate communication experts than pay their own professional journalists. If the health business is in the hand of a relatively few, large companies, it is easy to imagine that commercial media will be very hesitant in publishing anything that may hurt the interests of these companies.

However, media could be part of the solution when used in education for exploring health inequalities from a global perspective. Media can be a tool for students to visualize different circumstances regarding health and determinants of health in different cultures and countries. By doing so, students get a broader perspective on health justice/injustice. The future professionals will then have the competence to address health inequalities and be able to work with the goal to increase health justice for different groups in society.

#### ABOUT EQUALITY, IDEOLOGY & EDUCATION

We can however take a different perspective and question the idea that equality depends on the quality of the media. When we talk about equality, we usually describe a condition in which individuals have more or less the same chance to enjoy whatever that society have to offer. This is different from a society in which people's lives are determined by the family or the conditions they were born. While perfect equality is an utopia, equality is important for democracy because excessive inequality undermine the very fabric of society.

When inequalities grow, democracy suffers. In this perspective the privatization of healthcare, in Finland and elsewhere, is a bad idea because it sacrifices a principle that is quite fundamental in democratic regimes: the right to health of all citizens independently of their socio-economic condition. To answer questions about the role of the media, we need to look beyond the media themselves and look at the social, cultural and political environment in which (information) media perform their function.

In relation to the problem of equality in healthcare, we think it is important to look at this broader picture to realize the influence of some basic tenets of capitalist ideology. For example, the moralization of illness or the idea that if we get some condition is our fault or that the quality of healthcare people can access depends on their personal wealth, etc.

A society fully compliant with the predicaments of capitalist ideology is a rather frightening society to leave in. A society where there is no solidarity, a lot of insecurity and a lot of violence. If a society like this is democratic, it will not stay democratic for long as insecurity feeds the formation of exclusive social identities, discrimination, exclusion and even persecution of the most vulnerable members of society. This is why democracy need public healthcare.

The role of the media, then, is important to the extent that this role foster or resist the influence of dominant ideology. But as mentioned earlier, the way people are educated also matters a great deal. The education of professionals in the healthcare services is especially important as these are the citizens that have expert knowledge to evaluate if the system works as, it should or not, and the citizens most qualified to bring problems and criticisms to the attention of the broader public – e.g. through a variety of social media if the mainstream, institutional media ignore their voices.

A problem that relates to our discussion, is that in our times, the media themselves are increasingly target of non-democratic ideology and, particular, capitalism and populism. The capitalists resent public service media, accusing them of ‘distorting’ the media market, but actually resenting their independence from the market and corporate power. The populists resent a notion of equality that in contemporary democracy is too inclusive and undermines the myths supporting the discriminatory inclinations of their ideology. But the populist resentment is at least in part a result of capitalist policies that increase inequalities and insecurity. Populist traditional identities are appealing especially to those groups in the population that have suffered the consequences of capitalist discrimination and, as a consequence, have little tolerance for more inclusive forms of solidarity.

#### WHY WE NEED PUBLIC SERVICE MEDIA?

The media can surely promote the idea of equality in healthcare and other domains if those responsible for the editorial policy of these media believe in this idea and have the practical possibility to espouse its benefits to the wider population. The extent to which they can successfully do that depends on the countermeasures adopted by those who oppose this idea.

Corporate communication relies on communication expert and virtually unlimited financial resources to promote a concept of health more compatible with their interest and, ultimately, with the subordination of human life and society to the rule of the ‘free market’. If the media participate to this rule or are themselves too vulnerable to corporate influence, of course it will be very difficult for the media to support the idea of equality in healthcare and other domains. rather their role will presumably be that of justifying inequalities – producing mediated representations of reality which ultimately naturalise social Darwinism, the rule of the ‘strong’ over the ‘weak’, the moral authority of the rich over the immoral life of the poor, etc.

Broadly speaking, public service media are more resilient to the influence of capitalism and its distortions because their business model relies on public funding to shield them from the influence of private or corporate funders and from the imperative of profit-making. Even in societies where democratic ideals are still quite influential, however, public service media is challenged on grounds that it constitutes ‘unfair competition’ for commercial media – the idea would be ridiculous if it wasn’t for the political power of the groups supporting it.

For the media to be influential in decreasing inequalities in health we need to challenge the influence of capitalism and populism, and develop a way of looking at health, ageing, inequalities, etc. in ways more compatible with the idea that, as



humans, we are social animal and, as democratic citizens, solidarity is both a right and a duty. We think professional educators have a very big responsibility in this.

## REFERENCES

- Brown, B. J., & Baker, S. 2012. *Responsible Citizens: Individuals, Health and Policy under Neoliberalism*. London: Anthem Press.
- Bourdieu, P., 1998. The Essence of neoliberalism. *Le Monde diplomatique*, December.
- Fox, Bianca ed. 2019. *Emotions and Loneliness in a Networked Society*. London: Palgrave Macmillan.
- Hardy, J., 2014. *Critical Political Economy of the Media*. Oxon: Routledge.
- Lugo-Ocando, J., 2015. *Blaming the Victim: How Global Journalism Fails Those in Poverty*. London: Pluto Press.
- Lupton, D., 2016. *The Quantified Self*. Cambridge: Polity Press.
- Lupton, D., 2017. *Digital Health: Critical and Cross-Disciplinary Perspectives*. Abingdon: Routledge.
- Marshall, 2017. *Disinformation Society*. *Cosmopolitan Civil Societies Journal*, pp. 1-24.
- Moore, Phoebe V. 2018. *The Quantified Self in Precarity: Work, Technology and What Counts*. London: Routledge.
- Nordenfelt, Lennart. 1987. *On the Nature of Health: An Action-theoretic Approach*. Dordrecht: Boston. Reidel Pub: Kluwen Academic.
- Stocchetti, M., 2020. *Disinformation, Neoliberalism and the Strength of Democracy in the Digital Age*. In: G. Terzis, D. Kloza, E. Kuzelewska & D. Trottier, eds. *Disinformation and Digital Media as a Challenge for Democracy*. *European Integration and Democracy Series*, Volume 6. Cambridge: Intersentia, pp. 47-80.
- Venkatpuram, Sridhar. 2011. *Health justice*. Cambridge: Polity Press.
- Villi, M. & Stocchetti, M., 2011. *Visual Mobile Communication, Mediated Presence and the politics of space*. *Visual Studies*, 26(2), pp. 102-112.
- WHO. 1948. *Constitution of World Health Organization*. [http://whqlibdoc.who.int/hist/official\\_records/constitution.pdf](http://whqlibdoc.who.int/hist/official_records/constitution.pdf).

## FURTHER READINGS

- Ahmed, R. and Bates, B. R. 2013. *Health communication and mass media: an integrated approach to policy and practice*. Farnham: Gower.
- Benaroch Roy, 2019. *The Skeptic's Guide to Health, Medicine, and the Media*. Chantilly: The Teaching Company.
- Berridge, Virginia and Kerry Loughlin eds., 2005. *Medicine, the Market and Mass Media: Producing Health in the Twentieth Century* (Studies in the Social History of Medicine). London: Routledge.

- Briggs Charles L. and Daniel C. Hallin 2016. *Making Health Public: How News Coverage Is Remaking Media, Medicine, and Contemporary Life*. London: Routledge.
- Chapman Audrey R. 2016. *Global Health, Human Rights, and the Challenge of Neoliberal Policies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Farmer, Paul, Keshavjee, Salmaan 2014. *Blind spot: how neoliberalism infiltrated global health*. Oakland: University of California Press.
- Kelly, Peter and Jo Pike (eds.) 2017. *Neoliberalism, Austerity, and the Moral Economies of Young People's Health and Well-being*. London: Palgrave Macmillan.
- Kierans, Ciara et al. eds. 2016. *Social and Cultural Perspectives on Health, Technology and Medicine: Old Concepts, New Problems*. Abingdon: Routledge.
- Kjos Fonn Birgitte et al. *Media Health*. Scandinavian University Press (Universitetsforlaget), 2020.
- Lupton, Deborah 2012. *Medicine as Culture: Illness, Disease and the Body*. Sage.
- Mitu, Bianca Valentina Marinescu, (eds.) *The Power of the Media in Health Communication*. London: Routledge.
- Moore, Phoebe V. Upchurch, Martin Whittaker Xanthe (eds.) 2018. *Humans and Machines at Work: Monitoring, Surveillance and Automation in Contemporary Capitalism*. London: Palgrave Macmillan.
- Parker, Jerry C. Thorson Esther eds. 2009. *Health communication in the new media landscape*. New York: Springer.
- Rowden, Rick *the Deadly Ideas of Neoliberalism: How the IMF has Undermined Public Health and the Fight Against AIDS* Zed Books.
- Seale, Clive, 2002. *Media and Health*. London: SAGE.



Comunicación audiovisual y crisis. Narrativas  
del Yo para una sociedad quebrada  
Audiovisual communication and crisis.  
Narratives of the self for a broken society  
Communication audiovisuelle et crise. Narratifs  
de soi pour une société brisée

JACQUELINE VENET GUTIÉRREZ

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*jacqueline.venet@urjc.es*

YISSEL ARCE PADRÓN

*Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México*  
*yisselarce@yahoo.com.mx*

SANDRO ARRUFAT MARTÍN

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*sandro.arrufat@urjc.es*

## **Resumen**

Las continuas crisis acaecidas demuestran un profundo cambio que afecta a la sociedad y que ha traído consigo una desestabilización y puesta en interrogación de la estructura económica y política, así como la exacerbación de la crisis del sujeto. Por ello, abordaremos la incidencia de la realidad exterior sobre la subjetividad. Proponemos el análisis de las representaciones de la crisis del sujeto en las recientes crisis económicas, políticas, sociales y sanitarias españolas, desde el cine nacional a partir de la dupla crisis del sujeto y debacle económico-político-sanitario. Desde la teoría de la comunicación y la sociología, analizaremos los mecanismos empleados con el fin de verificar cómo esta coyuntura influye en el comportamiento del sujeto, qué tipo de representaciones del mismo son las que predominan, qué grupo etario prevalece como colectivo social afectado y si imperan la necesidad de acción o

la pasividad frente a su momento histórico. Apreciamos códigos de representación similares a los procesos vivenciales experimentados por el individuo en sociedad, siendo los jóvenes el grupo etario más afectado y el mejor analizado. Se presenta a un ciudadano en cuasi perenne estado de divorcio consigo mismo y con su entorno.

**Palabras clave:** comunicación audiovisual, Sociedad, crisis, narrativa.

## INTRODUCCIÓN. UNA CRISIS Y UN PAÍS

Comprender las dinámicas del presente desde la comunicación es tanto una posibilidad y una necesidad, como una urgencia. Los procesos comunicativos audiovisuales fungen como mecanismo expositor y reflexivo de cuanto sucede en el aquí y el ahora. A su vez, la historia contemporánea, enfatizando la del tiempo presente, encuentra en la comunicación audiovisual un dispositivo idóneo de registro, y comprensión histórica, como documento y narración del *continuum* de las transformaciones sociales que, desde las coordinadas políticas y económicas, conforman e identifican las épocas históricas retratadas en dichas narrativas comunicativas (Ferro, 1995). El análisis de las posibilidades del audiovisual de discursar sobre su momento histórico nos lleva a plantearnos la representación de la recesión en el cine español contemporáneo a partir de la crisis del sujeto.

La crisis española de principios del siglo XXI, como parte sustancial de la luxación del sueño europeo, no solo ha sustentado un corpus teórico sobre sus repercusiones socioeconómicas y políticas, sino que ha extendido esta exploración a su encarnación desde los estudios fílmicos y culturales (Tomé, 2013; Allbritton, 2014; Parejo y Sánchez-Escalonilla, 2016; Mecke *et al.*, 2017; Hellín y Talaya, 2018; Marzal *et al.*, 2018; Venet-Gutiérrez, 2018, 2019; Claesson, 2019; Álvarez-Rodríguez, 2021). En estos, como en nuestro estudio, la crisis deja de ser un elemento contextual para devenir en protagonista. De todas las posibles maneras de describirla, nos interesan sus dimensiones culturales edificadas en relatos ilustrativos con énfasis en el sujeto anclado a la debacle económica y social.

El historiador Maluquer de Motes (2013, 2014, 2016), apunta el inicio de la crisis al segundo semestre de 2007. Visión a la que nos acogemos que contrarresta a la tradicional de ubicar la hecatombe financiera en 2008. Los hechos demuestran un profundo cambio en la economía que afectó a la sociedad y trajo consigo una desestabilización global. A la par, no la concebimos como un término solamente económico, sino que optamos por un concepto más inclusivo y expansivo. Una crisis física, financiera, política, pero también emotiva y psíquica, donde sujeto y sociedad son un todo indivisible. Asumimos la crisis como interrupción del funcionamiento del curso habitual de las prácticas cotidianas, afectando no a un sector en particular sino provocando, de manera sincronizada, varios disfuncionamientos específicos de múltiples campos sociales. Ello genera un estado general de suspensión del bienestar desde sus aspectos visibles hasta los menos perceptibles (Demirović, 2013; Vidal, 2019). De este modo, en el caso español, el estallido de la burbuja inmobiliaria acarreó problemas políticos, sociales, culturales, familiares y psicológicos aun hoy constatables. Una situación y un estado de malestar perpetuo, no circunstancial ni temporal. A la tradicional idea de asumir la crisis como proceso finito de superación, se opone la concepción de la misma como un devenir cíclico, cuasi perenne, como

una constante histórica que se transforma, al decir de Zygmunt Bauman y Carlo Bordoni (2016).

Con ecos interesados de ciertas posturas políticas, la noción de crisis ha sido suplantada por la de poscrisis. Nos cuestionamos dicha nomenclatura, pues el crecimiento económico a partir de 2013 es solo una cara del problema que no ha anulado el estado de incertidumbre de los mercados ni, especialmente, el del individuo. Es vital destacar la permanencia de graves realidades sociales como los desahucios, el menguante acceso a una vivienda asequible, la interinidad laboral, la instauración del precariado como clase social (Standing, 2013, 2014 y 2017), la desigualdad, los suicidios, etc., que hacen que el denominado periodo de poscrisis (2014–) sea el de la extensión de las secuelas de la del 2007 en el presente y con mayor especificidad en la España actual (Cameron, 2021). Por lo que estamos ante un proceso duradero cuyo cierre es una incógnita, una emergencia no transitoria (Bauman y Bordoni, 2016: 42), que está adquiriendo categoría de permanencia, “transformándose en la norma en vez de la excepción” (Bauman y Bordoni, 2016: 17). Baste mencionar la pandemia mundial de la covid-19 para discursar sobre el arraigo de la recesión en el presente. La vigente crisis del coronavirus impedirá superar los niveles económicos precrisis hasta 2023 (Fresneda, 2020) sin contar las innumerables secuelas sanitarias y psíquicas visibles e intangibles en un escenario aun desolador. “La pandemia mundial figura como una catástrofe más en una serie de crisis que ha alterado para siempre el panorama cultural de España” (Cameron, 2021: 248). A su vez, este paisaje está siendo agravado por el reciente conflicto bélico entre Ucrania y Rusia cuyas consecuencias inmediatas y a largo plazo se encuentran pendientes de evaluarse en toda su magnitud tanto para los directamente implicados como para el territorio español.

La crisis ha sido pensada también como ente teratogénico, como un ser deformado y deformante que se instala en nuestro cuerpo, un fenómeno histórico global que reaparece en la sociedad cíclicamente transformado (Bauman y Bordoni, 2016: 17). Este demonio, que engendra a su vez otras figuras demoníacas, posibilita una visualización audiovisual desde quienes han experimentado, y aun lidian en carne propia, con las diversas manifestaciones de la recesión, otorgándole voz a sujetos afectados económicamente, con una inversión de valores o con tendencias a desarrollar rasgos de severa inestabilidad emocional y psíquica. De este modo, España es representada como Demonio externo que exacerba y desata el Demonio interior del sujeto.

## EL OCASO DEL SUJETO EN UN PAISAJE EN CRISIS

El cine español contemporáneo ha reflejado este panorama en su marco global y en algunas de sus consecuencias: el desempleo; la emigración forzada; la pérdida de la vivienda, la merma de confianza de los jóvenes, generándoles un sentimiento de apatía. Y también un aspecto más oculto, el de las anomalías anímicas y psíquicas inherentes a épocas de grandes crisis sociales.

Se podría pensar que la producción cinematográfica española de ficción le ha dado la espalda a su sociedad, desestimando lo que se vive hoy, y que cuando lo hace bien lo acoge mayoritariamente desde la comedia –*El mundo es nuestro* (Alfonso Sánchez, 2012), *Carmina o revienta* (Paco León, 2012), *Carmina y amén* (Paco León, 2014), 2

*francos, 40 pesetas* (2014), *Murieron por encima de sus posibilidades* (Isaki Lacuesta 2014), *Perdiendo el norte* (Nacho G. Velilla, 2015), *Selfie* (Víctor García León, 2017), *El plan* (Polo Menárguez, 2019)–. Sin embargo, en el cine nacional aflora también la necesidad de enunciar la realidad social que se vive y se sufre desde otras aristas. Bajo la nomenclatura del “cine español de la crisis” (Allbritton 2014; Venet 2018), aparece una visualización menos amable del aquí y ahora, que abarca el periodo de la recesión, y que intenta mapear dichas subjetividades en disyunción con su momento histórico y consigo mismas.

Se dan entonces dos vías discursivas que a veces se trabajan de manera diferenciada, y otras concomitan. Una es la expresión del Yo, marcada por el individualismo y la narración intimista, ya sea desde un tratamiento realista o simbólico (*10.000 KM*, de Carlos Marques-Marcet, 2014). La otra se define por el acercamiento e inquietud por los otros, historias de corte social en las que el sujeto se consume como una parte y reflejo de un todo mayor (*Cerca de tu casa*).

Estas películas son significativas en revelar la luxación psicológica y ética del individuo, a veces provocada por la situación socioeconómica y otras exacerbando un desajuste anterior, o bien insistiendo en la Maldad humana como metáfora del Mal social. Algunas recurren a la construcción simbólico-poética –*Antes de morir, piensa en mí* (Raúl Hernández Garrido, 2008), *Caníbal* (Manuel Martín Cuenca, 2013), *La herida* (Fernando Franco, 2013) y *Magical Girl* (Carlos Vermut, 2014), *El arca de Noé* (Adán Aliaga y David Valero, 2014)–. Otras apelan a una edificación más realista, donde el paro, los desahucios, la falta de dinero para un tratamiento médico para sus hijos o para pagar la hipoteca o el alquiler, o simplemente llegar a fin de mes, desatan comportamientos atípicos que inciden en la vulnerabilidad, la precariedad y en el desequilibrio emocional –*Cinco metros cuadrados* (Max Lemcke, 2011), *Hermosa juventud* (Jaime Rosales, 2014), *Cerca de tu casa* (Eduard Cortés, 2016), *Techo y comida* (Juan Miguel del Castillo, 2015)–.

En estos relatos las clases sociales más representadas son la media y la baja. Incluso surge con fuerza el precariado como nueva clase social que se ha ido perpetuando en el tiempo (Standing, 2013). “Existe un posicionamiento claro de construir el relato desde la perspectiva de los más vulnerables” (Álvarez-Rodríguez, 2021: 41). Y dentro de ella, el grupo etario más significativo y el mejor representado es el de los jóvenes.

Afloran el sujeto precarizado y el sujeto malherido. La precariedad de clase y laboral, se suma a la precariedad emocional, al desajuste y quiebra del impulso interior. En la mayoría de las representaciones se mezclan la vulnerabilidad signada por el desempleo (*Hermosa juventud*, *El plan*, *El arca de Noé*), el desalojo (*Cerca de tu casa*) o la pobreza absoluta (*Techo y comida*) con la inacción del individuo para cambiar su destino y la capacidad de sobrellevar la cotidianeidad a corto y largo plazo, afectando directamente la relación consigo mismo y sus aspiraciones. “La función subjetiva, que consiste en un conjunto de experiencias y de restos de conocimientos que han penetrado en el cuerpo, en la actitud y en la orientación hacia el futuro, se ve desestabilizada” (Demirović, 2013: 25).

La pérdida de empleos originó una brecha de desigualdad que arrojó a muchos españoles al umbral de la pobreza, e incluso de la miseria. Fueron los nuevos pobres, habitantes de una nueva clase social, la del precariado, que se caracterizó

primordialmente por la falta de garantías en una mejora futura de su endeble condición social. La crisis supuso también el desplome de la visión del país como un colectivo sustentado en la solidaridad y la justicia social. El abandono y la exclusión de los individuos golpeados produjeron su alienación en la mayoría de los casos. Se generó una falta de compromiso y solidaridad general con los derrotados, víctimas de la exclusión y de la aporofobia (Cortina, 2017, p. 25).

Esta fusión entre contexto y exploración intimista y emocional desde un tratamiento realista aparece de forma contundente en *Techo y comida* y *Cerca de tu casa*. Todo proceso de desahucio implica otro paralelo de deshumanización. El desahucio es también un estado mental, pues implica fracaso, desmoralización y pérdida de la dignidad, ya que “los desahucios matan” (Hellín, 2018: 132). Son narraciones de lucha y pérdida, de desamparo e insolidaridad, de ceguera institucional, y falta de futuro en las que las jóvenes madres protagonistas y sus hijos sienten la escisión en sí mismos y en relación con el contexto que los rechaza.

En estos materiales, el paro acarrea a veces dos alternativas: bien el regodeo en la frágil situación, bien la apuesta por algunos de los “nuevos trabajos de la crisis”: la compra de oro en la calle (*Techo y comida*), el porno casero (*Hermosa juventud*) y el chantaje, la prostitución y el asesinato (*Magical Girl*).

La desmotivación por encontrar un nuevo empleo y la evasión en los videojuegos (*Hermosa juventud*), la inercia de no hacer nada mientras se cobra el seguro del paro (*Terrados*, Demian Sabini, 2011), la incapacidad de ser feliz (*Más allá de la noche*, 2014) o la búsqueda de una identidad (*Igelak*, Patxo Tellería, 2016; *Selfie*) contrasta con la insistencia en la lucha por lograr financiación para rodar una película sobre los becarios de Erasmus, proyecto en el que nadie confía (*Mi loco Erasmus*, Carlo Padial, 2012). Todos se erigen en retratos de jóvenes confundidos y en pleno desajuste emocional y psíquico, producto de un contexto histórico que les condiciona y altera, refugio y justificación de una huida de la realidad circundante y sus demandas.

La relación consigo mismo, la observación de la propia persona, la reflexión sobre el propio yo, la reflexividad, el cuestionamiento de la propia persona, la prudente transformación de los criterios de valoración y de las formas de comportamiento, también la capacidad de soportarse a sí mismo, los deseos y metas, las prácticas cotidianas y las acciones planteadas a largo plazo: todo esto está en cuestión. (Demirović: 2013: 25)

Junto a las consecuencias visibles, el rostro más intangible, el de las dislocaciones psíquicas, ha quedado marginado en la mayoría de los estudios del cine de la crisis, con algunas excepciones como el trabajo de Belén Vidal (2019), pero no en sus representaciones fílmicas. *Antes de morir, piensa en mí*, *Stockholm* (Rodrigo Sorogoyen, 2013), *La punta del iceberg* (David Cánovas, 2016), *Caníbal*, *La herida* y *Magical Girl*, demuestran que en sociedades disfuncionales se exagera un sujeto en escindido anímicamente, construyendo el par indisoluble crisis-desestabilización emocional, y, en especial, crisis-psicopatía. Relatos que participan de una visión del desequilibrio mental y espiritual, y de la auto representación de una época fracturada que se arma para deshacerse continuamente a través de sujetos huraños y perspectivas vitales sombrías. Estos materiales fílmicos se hacen eco del malestar cultural. Comparten lo inquietante, el desajuste sentimental y comunicativo, la imposibilidad de amar



bajo los tradicionales cánones, la irreverencia ante lo regulado y la legitimidad del placer desde la transgresión. Son seres enfermos que se erigen en la grafía de una nación infectada por la desidia, el individualismo y el dominio de la sinrazón, edificando una visualización goyesca de estas transformaciones y efectos sociales que atentan contra su capacidad emancipatoria y racional. Las cintas exploran la psicología humana desde sus intersticios más áridos y albergan el contexto que contribuye al desate de los desajustados comportamientos humanos.

La alegoría como estrategia visual para discursar sobre España desde el desajuste femenino es una de las iteraciones de estos discursos, reescribiendo una nación desde sus costuras femeninas más inquietantes. *Stockholm*, *La herida* y *Magical Girl* se erigen en una de las triadas más representativas que “si bien no abordan directamente el contexto recesivo, sitúan el cuerpo femenino como el lugar visual de la crisis” (Vidal, 2019: 42).

Se da una antropomorfización de España. Las alegorías femeninas en la visualización de la nación poseen una larga tradición. Usadas para exaltar las características de un país, estas imágenes están ancladas a un discurso de exacerbación y pertenencia nacionalista. Sin embargo, acá la imagen del territorio español corporeizada en los personajes femeninos, en especial Bárbara y Alicia, las protagonistas de *Magical Girl*, mujeres demonios, viene a socavar o invertir esa tradición. La representación de un imaginario nacional desde el sujeto femenino equipara a la chica mágica adulta con la Patria, con la España de hoy, sustantivando y corporeizando el complejo entramado territorial de comportamientos con la psiquis de este perverso sujeto. Por lo tanto, desde lo alegórico, se construye al sujeto femenino de estas narraciones desde una doble articulación: el símbolo de lo siniestro o como imagen de la España en crisis y por extensión de una nación que hoy se debate entre la quietud, la desestabilización, el fracaso y las ansias de cambio.

Una España enferma. Ya sea por una enfermedad terminal (el cáncer que padece la niña Alicia de *Magical Girl*), por padecer trastorno límite de la personalidad siendo autodestructiva en su impotencia para conectar con los otros (Ana, la asistente técnico sanitaria de *La herida*), por el ambiente laboral enfermizo y contaminado que llega a provocar varios suicidios (Sofía Cuevas, la ejecutiva en *La punta del iceberg*) o, sobre todo, por estar marcada y mutilada, en estado crítico (la Bárbara del mencionado filme de Carlos Vermut).

De este modo, se aprecian dos tipologías de lesiones: las tangibles y las soterradas.

Las heridas visibles se presentan desde las lesiones reales autoinfligidas en las que predomina los cortes en la piel–, como provocadas por agentes externos –casi siempre otros sujetos–, ya sea de modo fortuito o a sabiendas de que sus decisiones culminarán en una grave lesión. En el gesto de la autolesión intencionada como poética somática del cine de la crisis (Vidal, 2019), destaca el empleo del *kegadol* como intertexto cultural y como metáfora de la irracionalidad entre el erotismo, la violencia y la psiquis afectada de los sujetos que pueblan estas mujeres-nación laceradas.

Se exhiben otras heridas tangibles en las que la vulnerabilidad física se utiliza como metáfora de la precariedad política y social (Allbritton, 2014:101). Al exponer a los protagonistas a daños físicos duraderos, debilidad y hasta a la muerte, los filmes de la crisis acentúan la metáfora entre fragilidad individual, tanto mental como física, y

la inseguridad y debilitamiento político (*Cinco metros cuadrados; Los últimos días*, 2012). Desde la parálisis de un hombre en paro por un accidente (*La chispa de la vida*, Álex de la Iglesia, 2011) hasta el fallecimiento del hijo único de una pareja escindida por el dolor y la ausencia, a causa de una negligencia médica debida a los recortes sanitarios impuestos por el gobierno a partir de 2010 (*Ayer no termina nunca*, Isabel Coixet, 2013).

Las heridas invisibles contienen la violencia simbólica, la depresión encubierta (*Terrados*), la idea del suicidio por la presión laboral y la ausencia de perspectivas futuras (*La punta del iceberg*), y la sed de venganza (*El mundo es nuestro; Murieron por encima de sus posibilidades; Justi&Cia*, Ignacio Estaregui, 2014 y *El desconocido*, Dani de la Torre, 2015) donde aflora un nuevo tipo de individuo: el justiciero social como héroe colectivo. Son todos ellos “héroes de abajo”, de a pie, solidarizados con su clase, conscientes de ser sujetos precarizados, desencantados con el presente y el porvenir, y conocedores de la inoperancia de la situación actual.

## NI CERTEZA NI ESTABILIDAD

En las representaciones audiovisuales españolas la crisis deja de ser mero elemento contextual para convertirse en protagonista activo mediante relatos que presentan a un sujeto vulnerable, marcado indistintamente por la ansiedad y el miedo, y en una profunda soledad, en especial los afectados por desequilibrios tangibles. Se ilustra a ciudadanos que anclan la visión del sujeto como una estructura descentrada y discontinua (Demirović, 2013: 40). Desde la recesión económica de mediados de 2007 hasta la actual crisis pandémica, se trabaja la metáfora de una España doliente, a través de la representación de habitantes disfuncionales.

El cine español contemporáneo refleja el panorama desalentador de las crisis en su marco global y en algunas de sus consecuencias: el desempleo; la emigración forzada; la pérdida de la vivienda, la quiebra de confianza de los jóvenes, generador de un fuerte sentimiento de apatía, y también un aspecto más oculto, el de las anomalías psíquicas inherentes a épocas de grandes interrupciones sociales. Se sugieren códigos de representación análogos a los procesos vivenciales experimentados por el individuo en sociedad, a quien se intenta retratar exponiendo su vulnerabilidad ante la adversidad que propicia dichas inseguridades externas.

Los grupos etarios más representados son los más afectados, dígame los jóvenes y los ancianos, en especial los primeros, siendo la vejez un tema que, aun apareciendo en estos relatos fílmicos, casi nunca deviene protagonista, sino más bien como complemento al drama esencial del sujeto joven. Dentro de ellos, sobresale la mujer como figura más lacerada por los infortunios cotidianos irresolubles, ya sea por su propia inestabilidad psíquica o por la vulnerabilidad contextual a la que es sometida. Estos seres conforman un mapa del comportamiento humano tales como la soledad sistemática, la merma de la fe y el deseo, la depresión, y en particular el suicidio, este último como el gran excluido de la mayoría de los relatos de las crisis. Sin embargo, en varios de los discursos cinematográficos, no enarbolan la acción combativa de luchar por el cambio y transformar la situación en la que se encuentran inmersos. Sus posibilidades de acción colectiva permanecen asediadas y la capacidad emancipadora queda truncada.

La clase social que impera es la del precariado, y desde ella se trabaja temas como el paro, la imposibilidad de autonomía, los empleos temporales, la búsqueda

infructuosa de trabajo, y especialmente el temor constante a perderlo, exacerbando la incertidumbre del individuo. Se da voz a los que sí estudian y sí trabajan (los llamados *Sisi*) y que pese a ello no encuentran una solución de provecho dentro de España. Al mismo tiempo, se insiste también en los jóvenes que, marcados por el desencanto, la desidia y la evasión, ni creen en la enseñanza como medio para una mejor preparación que implique la posterior entrada exitosa al mercado laboral, ni tampoco trabajan (ya sea porque están desempleados, expulsados de su antiguo centro o no encuentran sitio en las nuevas dinámicas profesionales), o porque no contemplan la opción de trabajar según las reglas económicas imperantes (los denominados *Nini*).

Aun así, en ambas actitudes frente al trabajo, late el temor a quedar y ser excluido; lo que Adorno denomina la sanción social del comportamiento económico (Adorno en Demirović, 2013: 22). Esta punición incide directamente en la situación psíquica del individuo, “la subjetividad del individuo es percibida sobre todo como factor económico” (Demirović, 2013: 22).

Esta frustración es canalizada por los jóvenes, en muchos de estos materiales audiovisuales, hacia una zona de confort pasiva y apática, a modo de refugio, cercada por la protección afectiva de los amigos y las nuevas tecnologías, donde el tiempo pasa a la espera de que cambien las circunstancias. Sin ser de todo conscientes de que, en caso de llegar tal momento, puede que no tengan oportunidad alguna de agarrarse al mismo porque su actitud ha anulado sus capacidades de reinención y ajuste a las innovaciones profesionales que serán parte de esa posible salida de la crisis. La instalación en el desaliento y el desánimo es una defensa inútil frente a la incertidumbre, elemento que parece parte perenne del nuevo paisaje tras el *crash* del ladrillo.

Será necesario ver si las constantes crisis que se suceden y solapan terminan siendo un proceso coyuntural, con diferentes nombres que le permiten enmarcarlas temporalmente con un inicio y fin, y describirlas de forma diferentes, o se perpetúan, transmutándose e instalándose en el imaginario social y mental, afectando a la sociedad y a la relación del sujeto consigo mismo. En 2008, al discursar sobre la recesión económica, se decía que era una crisis que venía de lejos. Hoy, en la que los plazos entre una y otra se acortan cada vez más, habrá que constatar cuán lejos llegará y si tendrá o no un fin, sin olvidar que “cada nueva crisis actúa no solamente por sí misma, si además no como recordatorio de crisis previas” (González de Rivera y Revuelta, 2001: 1303).

Mientras tanto, a modo de *loop* conceptual, aparece en el cine español, en especial el entre milenios, una triada no solo bíblica: Un Mundo (España), dominado por el Demonio (la crisis) y la Carne (el sujeto en disyunción con su momento histórico).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allbritton, D. (2014). Prime Risks: The Politics of Pain and Suffering in Spanish Crisis Cinema. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15(1-2), 101-115. <https://doi.org/10.1080/14636204.2014.931663>.
- Álvarez-Rodríguez, V. (2021). La crisis económica de 2008 a través del cine español. *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, 23, 23-45. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2021.v23i.13032>.

- Bauman, Z. y Bordoní, C. (2016). Estado de crisis. Barcelona: Paidós.
- Cameron, B. (2021). Elliptical life in (post)crisis cinema from Spain. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 22(2), 247-260. <https://doi.org/10.1080/14636204.2021.1922823>.
- Claesson, C. (coord.) (2019). Narrativas precarias. Crisis y subjetividad en la cultura española actual. Xixón: Hoja de Lata.
- Cortina, A. (2017). Aporofobia, el rechazo al pobre: un desafío para la democracia. Barcelona: Paidós.
- Demirović, A. (2013). Crisis del sujeto-Perspectivas de la capacidad de acción. Preguntas a la teoría crítica del sujeto. *Constelaciones. Revista de teoría crítica*, (5), 18-43. ISSN 2172-9506.
- Ferro, M. (1995). Historia contemporánea y cine. Barcelona: Ariel.
- Fresneda, D. (diciembre 01, 2020). La economía española sufrirá la mayor caída de la OCDE este año y no recuperará los niveles precrisis hasta 2023. RTVE. <https://www.rtve.es/noticias/20201201/espana-mayor-caida-ocde/2058894.shtml>.
- González de Rivera y Revuelta, J. L. (2001). Psicoterapia de la crisis. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 21(79), 1297-1315.
- Hellín García, M. J. y Talaya Manso, H. (eds.) (2018). El cine de la crisis. Respuestas cinematográficas a la crisis económica española en el siglo XXI. Barcelona: Editorial UOC.
- Hellín García, M. J. (2018). El desplome metafórico de la crisis: deshumanización, desahucios y supervivencia en Techo y comida y Cerca de tu casa. En M. J. Hellín y H. Talaya (eds.). El cine de la crisis. Respuestas cinematográficas a la crisis económica española en el siglo XXI (pp. 121-139). Barcelona: Editorial UOC.
- Maluquer de Motes, J. (2013). España en el país de las maravillas. La nueva Gran Depresión de la economía española. En E. Llopis y J. Maluquer de Motes (coords.). España en crisis. Las grandes convulsiones de la economía española (1348-2012). Barcelona: Pasado y Presente.
- Maluquer de Motes, J. (2014). La economía española en perspectiva histórica. Barcelona: Pasado y Presente.
- Marzal, J., Loriguillo-López, A., Rodríguez Serrano, A. y Sorolla-Romero, T. (eds.) (2018). La crisis de lo real: Representaciones de la crisis financiera de 2008 en el audiovisual contemporáneo. València: Tirant Humanidades.
- Mecke, J., Junkerjürgen, R. y Pöppel, H. (eds.) (2017). Discursos de la crisis. Respuestas de la cultura española ante nuevos desafíos. Frankfurt, Madrid: Vervuert, Iberoamericana.
- Parejo, N. y Sánchez-Escalonilla, A. (eds.) (2016). Imaginarios audiovisuales de la crisis. Pamplona: EUNSA.
- Standing, G. (2013). El precariado. Una nueva clase social. Barcelona: Pasado y Presente.
- Standing, G. (2014). El precariado. Una carta de derechos. Madrid: Capitán Swing.

- Standing, G. (2017). *La corrupción del capitalismo. Por qué prosperan los rentistas y el trabajo no sale a cuenta*. Barcelona: Pasado y Presente.
- Tomé, M. (2013). Reflejo cinematográfico de una España en crisis. En M. E. Camarero, y M. Marcos (coords.). *II Congreso Internacional Historia, literatura y arte en el cine en español y portugués. De los orígenes a la revolución tecnológica del siglo XXI* (pp. 268-272). Salamanca: Hergar ediciones Antema, Universidad de Salamanca.
- Venet-Gutiérrez, J. (2018). No hay tanto pan. El cine español en tiempos de crisis (2007-2018). *Meditaciones en torno a los jóvenes en Magical Girl* (Carlos Vermut, 2014) y *Hermosa juventud* (Jaime Rosales, 2014). Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Venet-Gutiérrez, J. (2019). Las magical girls españolas. Intertextualidad nipona para dialogar sobre una España en crisis en *Magical Girl* (Carlos Vermut, 2014). En D. Almazán Tomás y E. Barlés Báguena (coords.). *Japón, España e Hispanoamérica: identidades y relaciones culturales* (pp. 301-331). Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Vidal, B. (2019). A Somatic Poetics of Crisis Cinema: The Gesture of Self-Harm in Three Spanish films. *Hispanic Research Journal*, 20(1), 42-57. <https://doi.org/10.1080/14682737.2019.1584472>.

# Las TIC como un medio de comunicación en la era Covid-19. Aproximación histórica desde la Unesco

ICT as a means of communication in the  
Covid-19 era. Historical approach from Unesco

LesTIC comme moyen de communication à l'ère  
du Covid-19. Approche historique de l'Unesco

JUAN IGNACIO MARTÍNEZ DE MORENTIN DE GOÑI

*Universidad del País Vasco, España*  
*juanignacio.demorentin@ehu.eus*

CONCEPCIÓN MEDRANO SAMANIEGO

*Universidad del País Vasco, España*  
*mariaconcepcion.medrano@ehu.es*

## Resumen

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un medio interactivo y multimedia que ha resurgido con fuerza en los meses del confinamiento de la pandemia del COVID-19, mediatizado por los ordenadores, los móviles y las pantallas y que ha creado un nuevo ámbito educativo que se caracteriza por la apuesta por un aprendizaje autodidacta, bimodal, híbrido y que se desarrolla impulsado por experiencias dirigidas.

Esto implica que los educadores han de subrayar su papel de guías y tutores que conducen en la selección y adquisición de información y conocimiento, lo que supone un cierto cambio de mentalidad y de estilo. La presente comunicación trata de analizar la documentación histórica que la UNESCO ha elaborado en Declaraciones y Recomendaciones sobre el tema de la comunicación y las TIC y comprobar la actualidad de esos documentos en la realidad actual de la pandemia.

**Palabras clave:** TIC, Covid-19, Unesco.

## INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son, para la UNESCO, un instrumento que puede ser utilizado con propósitos educativos. De un uso adecuado de las mismas podrían sucederse beneficios para el sistema educativo en su cometido y de una equitativa y perspicaz implantación en la universalización de la educación. No obstante, es preciso señalar, antes de cualquier consideración y voluntad de aplicación de tales tecnologías que, ellas, no son el principal medio formativo. La UNESCO estima que deben ser integradas en el proceso educativo con la precaución y la prudencia que deben activarse por el hecho de saber que provocan un acceso al conocimiento diferente al usual; un tipo de aprendizaje diferente y contextos de aprendizaje activo, colaborativo, autorregulado e interactivo. Tales posibilidades que se han demostrado potencialmente beneficiosas para los procesos educativos, sin embargo, pueden afectar perniciosamente al conjunto del sistema si no se prepara una adecuada plataforma de docentes formados y de materiales didácticos pertinentes.

## METODOLOGÍA

El proceso llevado a cabo en esta revisión histórica consta de dos fases: 1. Acceso y selección de la información necesaria para conocer el estado de la cuestión sobre el tema de estudio; y 2. El procedimiento para la recogida de los datos; es decir, localizar los documentos, seleccionarlos y describirlos.

La primera fase, concretamente, se refiere al rastreo bibliográfico y a la elaboración de un elenco de citas acerca del estado actual de la cuestión al respecto de la educación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Ahora bien, se las ha estudiado priorizando aquellas tomas de posición que al respecto tiene la comunidad internacional a través de expertos y organizaciones que manifiestan una visión internacional del objeto de estudio. Es decir, subrayando el material procedente de declaraciones, opiniones y estructuras institucionales internacionales.

En primer lugar, se estudian aquellos textos que con más amplitud tratan del tema investigado para, en un segundo momento, echar mano de descriptores que, directa o indirectamente, se relacionan con el tema, explorando todo el material disponible. Finalmente, se han codificado todos los contenidos y expresiones pertinentes.

Así, la aproximación a las fuentes documentales, que han estado disponibles en formato impreso y on-line, se establece sobre la base de una categorización previa de conceptos clave en función del objeto de estudio: educación a distancia y con las nuevas tecnologías.

La segunda fase se significa por la observación de los textos de las actas de las conferencias generales de la UNESCO procurando que ningún texto cobre más importancia que otros; evitando aportar textos probatorios para ciertas convicciones preconcebidas; manteniendo una actitud recelosa en cuanto a los márgenes de subjetividad. La intención es seguir criterios obtenidos del estudio de los textos originales. Las fuentes documentales utilizadas en esta fase son las mismas que las descritas en la fase anterior, si bien la recogida de datos en dichas fuentes supone: la recopilación de todos los textos afectos al tema; su ordenación cronológica y temática; su



distribución por bloques para determinar desarrollos internos; y la codificación de los contenidos y expresiones verbales de acuerdo con unas categorías elaboradas en función del estudio.

Las categorías y los descriptores utilizados en la codificación documental de la investigación han sido:

- Educación a distancia y educación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación;
- Educación a distancia: distancia; abierta; educación abierta;
- Educación con las nuevas tecnologías: medios de comunicación; tecnología; nuevas tecnologías; información; comunicación; educación telemática; satélite; informática; educación informática; computadora; educación con las nuevas tecnologías; Internet.

El método de análisis de las modalidades educativas en la UNESCO consiste en revisar los textos que, relativos al tema, la comunidad internacional ha ido elaborando. Un método que, buceando en las fuentes primarias donde se expresan opiniones y comentarios de valor y aplicación universal, ha considerado las actas de las conferencias generales como una obra unitaria que permite relacionar unas partes con otras e interpretar unos pasajes a la luz de otros.

Así, son objeto de análisis las actas en su conjunto. Una obra unitaria de unas siete mil páginas. Responde a una concepción temática cuyo fundamento es la interpretación del Acta Constitutiva de la UNESCO hecha por los representantes de los pueblos a través de sus experiencias y expectativas. De ahí, que haya que considerar los textos ateniéndose a esa finalidad; esforzarse en dejar hablar a los textos en cada circunstancia histórica; y evitar comparaciones con otros documentos oficiales de la UNESCO que pueden introducir elementos extraños a la obra, bien por su plan de acción, elaborado desde otras perspectivas, bien porque responden a situaciones diferentes.

## RESULTADOS

Los principales resultados obtenidos tras la revisión cualitativa realizada en los archivos de la UNESCO son que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son un método educativo por el que los ciudadanos logran capacitarse para promover los ideales y objetivos de paz basada en la equidad, la comprensión mutua y la cooperación, tanto en el ámbito nacional como internacional, que propugnan las Naciones Unidas.

Sirven para constituir una sociedad internacional más humana, realmente justa y respetuosa de los derechos humanos y la democracia.

Fomentan la educación, la ciencia y la cultura; favorecen la educación de ciudadanos solidarios y responsables, abiertos hacia otras culturas, capaces de apreciar el valor de la libertad, respetuosos de la dignidad humana y de las diferencias, aptos para prevenir los conflictos y resolverlos con métodos no violentos, favorables a apreciar el valor de la libertad y estimuladores de la cultura de paz, la buena gestión y la democracia.



Internet, por su parte, potencia el intercambio de ideas e información entre el personal docente; promueve la investigación;

favorece el reciclaje educativo permanente; es un servicio de utilidad pública al servicio del desarrollo; debe estar al servicio de los objetivos educativos, científicos y culturales de la humanidad; permite compartir los conocimientos y ha de ser utilizada con autodisciplina y autocontrol.

En su relación con la pandemia del COVID-19 se observa que las recomendaciones y sugerencias que la UNESCO promulgó a lo largo de la historia se han implementado con rapidez inusitada ante la aparición de momentos de confinamiento, donde el éxito de la educación a distancia y la formación digital han supuesto la ratificación de lo que la UNESCO venía sugiriendo a lo largo de los años.

## LA UNESCO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Para la UNESCO,

*la palabra “tecnología” designa el conocimiento directamente relacionado con la producción o el mejoramiento de bienes y servicio<sup>1</sup>. La expresión “las ciencias” designa un complejo de hechos e hipótesis, en el que el elemento teórico puede normalmente ser validado y, en esa medida, incluye las ciencias que se ocupan de hechos y fenómenos sociales<sup>2,3</sup>.*

Tanto la ciencia como la tecnología tienen, para la UNESCO, una finalidad humanista. De ahí que

*cada Estado Miembro debería esforzarse por aplicar los conocimientos científicos y tecnológicos para aumentar el bienestar cultural y material de sus ciudadanos y promover los ideales y objetivos de paz basada en la equidad, la comprensión mutua y la cooperación tanto nacional como internacional que propugnan las Naciones Unidas. [...] Por las políticas que adopten con respecto a la ciencia y la tecnología, por la forma en que utilicen la ciencia y la tecnología en la formulación de la política en general y por el trato que ofrezcan a los investigadores científicos en particular, los Estados Miembros deberían demostrar que la ciencia y la tecnología no son actividades que deben practicarse aisladamente sino que forman parte del esfuerzo integrado de las naciones para constituir una sociedad internacional más humana y realmente justa<sup>4</sup>.*

Esta finalidad humanista, subrayada además por la misión ética que para la UNESCO dimana de su *Constitución* y que, en definitiva, se substancia en el logro de una paz justa y duradera, es aplicable también a las nuevas tecnologías de la

1. UNESCO, Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones, “Recomendaciones. Recomendación relativa a la situación de los investigadores científicos. Campos de Aplicación”, resolución 18C/40.1. I.1, París, 1974, s. p.
2. *Ibidem*.
3. *Ibidem*.
4. *Op. cit.* en nota 1, “Los investigadores científicos y la formulación de la política nacional”, resolución 18C/40.1.II.4, s. p.

información y la comunicación, las cuales *deben ponerse al servicio de la educación para la paz, los derechos humanos y la democracia*<sup>5</sup>.

## NUEVAS TECNOLOGÍAS (1964-1974)

Es en 1964 cuando, por primera vez, se comprueba explícitamente que una Conferencia General de la UNESCO está interesada por lo que ella misma denominará *la tecnología más moderna*, relacionándola con su *nuevo programa de comunicaciones espaciales* cuya utilización le parecerá pertinente en aras de lograr sus fines<sup>6</sup>.

Fines que –en 1968– resumirá en la tarea de *fomentar la comprensión internacional y reforzar la paz*, y donde *la nueva tecnología*, como ahora la denomina, desempeñará un papel de destacada importancia<sup>7</sup>.

Con otras palabras, la UNESCO trata de *obtener el máximo beneficio de las posibilidades que ofrece esa nueva tecnología para el fomento de la educación, la ciencia y la cultura*<sup>8</sup>.

Fines, por otra parte, que se verían atacados gravemente si las nuevas tecnologías no fueran correctamente utilizadas. Y por lo que la UNESCO alertará sobre *los aspectos sociológicos de esa tecnología, sobre todo los graves peligros que amenazan la vida privada, personal y cultural*<sup>9</sup> si esas tecnologías de *los satélites de difusión directa*<sup>10</sup>, y los problemas que planteará en un futuro que se prevé cercano, no son sometidas a estudios jurídicos.

Esta precaución no deberá ser entendida como negativa a la implantación de tales tecnologías y otras que se anuncian. Así –en 1970, por ejemplo–, la UNESCO no sólo encarecerá *una rápida introducción de las nuevas tecnologías de la comunicación por satélites*<sup>11</sup>, sino que manifestará que una mejora de la enseñanza incluye la implantación

5. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, “Programa para 1996–1997. Grandes Programas y proyectos transdisciplinarios. Educación para la paz, los derechos humanos, la democracia, el entendimiento internacional y la tolerancia. Actualización de la Recomendación de 1974 sobre la educación internacional: ratificación de la Declaración de la 44ª reunión de la Conferencia Internacional de Educación y aprobación del Plan de Acción Integrado sobre educación para la Paz, los Derechos Humanos y la Democracia adoptado por dicha Conferencia. Políticas y líneas de acción. Materiales y recursos pedagógicos”, resolución 28C/5.41.18, París, 1995, p. 66.
6. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Resoluciones*, “Anexos. Informe de la Comisión del Programa. Parte C. Proyecto de Programa y de Presupuesto para 1965-1966. Capítulo 4. Información e intercambios internacionales. 4.2. Información. Introducción”, n° (676), París, 1964, p. 249.
7. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Resoluciones*, “Resoluciones generales. Programa futuro. IV. Comunicación”, resolución 15C/10.IV.Preámbulo, París, 1968, p. 102.
8. *Op. cit.* en nota 6, resolución 15C/10.IV.1.
9. *Op. cit.* en nota 6, “Libre circulación de las informaciones e intercambios internacionales. Comunicaciones espaciales”, resolución 15C/10. IV.A.6, p. 103.
10. *Op. cit.* en nota 8, resolución 15C/10. IV.A.5.
11. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, “Resoluciones generales. Evaluación de los resultados del Primer Decenio para el Desarrollo en las esferas de competencia de la UNESCO, y proyecto de programa de la Organización para el Segundo Decenio”, resolución 16C/9.12, París, 1970, p. 90.

de esas tecnologías *e inclusive la ciencia de las calculadoras*<sup>12</sup>. Es una voluntad tecnológica que se mantendrá viva a lo largo de la historia de la UNESCO. Una voluntad tecnológica que, en 1974, está incluyendo en el progreso *los centros de cálculo automático*<sup>13</sup>, y con la finalidad de siempre: la de que sean utilizados en la enseñanza y el desarrollo con miras a lograr la comprensión, la cooperación y la paz internacional.

Para la UNESCO, además, habrá que hacer *uso de la comunicación espacial, potenciar la tecnología espacial y, decididamente, promover la cooperación regional en la utilización de la tecnología espacial, en particular estudiando las posibilidades de los sistemas regionales de satélites*<sup>14</sup>.

## INFORMÁTICA

A partir de 1972, informática es el nuevo término con el que la UNESCO empezará a denominar el mundo de las nuevas tecnologías. Sin abandonar la expresión nuevas tecnologías, la consagrará en su discurso tecnológico.

La Conferencia General de 1976, por ejemplo, invitará a los Estados Miembros *a que fomenten el desarrollo y el fortalecimiento de las infraestructuras nacionales de ciencia y tecnología*<sup>15</sup>, y a que se promueva la investigación y la formación en los campos *de la informática y las ciencias de la computadora*<sup>16</sup> dada la *creciente complejidad de la tecnología en esa esfera*<sup>17</sup>.

En esta línea continuará en 1978, en 1982 y en 1983 cuando solicite se ejecute un programa de *"apoyo al desarrollo de la informática"*<sup>18</sup> (1978), *apruebe contribuir a la difusión de las nuevas tecnologías en informática*<sup>19</sup> favoreciendo *la utilización de las nuevas tecnologías de la informática y de la telemática en la manipulación de la información*<sup>20</sup> (1982), y se decida a *crear un comité intergubernamental interino encargado de*

12. *Op. cit.* en nota 10, resolución 16C/9.132, p. 92.

13. *Op. cit.* en nota 1, "Programa. Ciencias exactas y naturales y su aplicación al desarrollo. Desarrollo científico y tecnológico. Investigación y enseñanza superior tecnológicas", resolución 18C/2.151, s. p.

14. *Op. cit.* en nota 12, "Investigación y políticas de comunicación", resolución 18C/4.121, s. p.

15. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, "Programa para 1977–1978. Ciencias exactas y naturales y su aplicación al desarrollo. Resolución general sobre el programa relativo a la ciencia y la tecnología", resolución 19C/2.01, París, 1976, s. p.

16. *Op. cit.* en nota 14, "Investigación y enseñanza superior científicas", resolución 19C/2.131, s. p.

17. *Op. cit.* en nota 14, "Programa general de educación", resolución 19C/5.1, s. p.

18. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, "Programa para 1978–1979. Ciencias exactas y naturales y su aplicación al desarrollo. Objetivo 4.3: Formación e investigación científicas y tecnológicas", resolución 20C/2/4.3/1, París, 1978, p. 50.

19. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, "Plan a plazo medio para 1984–1989. Gran Programa VI: Las ciencias y su aplicación al desarrollo", resolución cuarta reunión extraordinaria/2/06.2.3, París, 1982, p. 28.

20. *Op. cit.* en nota 18, "Gran Programa VII: Sistema de información y acceso al conocimiento. Programa VII.1: Mejorar el acceso a la información: modernas tecnologías y modernización e interconexión de los sistemas de información", resolución cuarta reunión extraordinaria/2/07.2.1.1, p. 31.

*preparar un programa intergubernamental de informática*<sup>21</sup>, pues prevé la repercusión que ha de tener en todos los aspectos de la vida cotidiana, la rápida expansión de las aplicaciones de la informática<sup>22</sup> (1983). Para estos años, la UNESCO ya había predicado con el ejemplo.

En 1976, por ejemplo, pedía que se mantuvieran en funcionamiento –y se desarrollaran– los sistemas informáticos y documentales con miras a [...] facilitar la gestión y las actividades de programa de la Organización<sup>23</sup> porque, como dirá en 1982, contribuyen a la creación de bases y bancos de datos en los diferentes países y regiones y al establecimiento de sistemas de información compatibles e interconectados<sup>24</sup>.

## NUEVAS TECNOLOGÍAS E INFORMÁTICA EN EDUCACIÓN

La educación, que es el medio privilegiado por el que la UNESCO trata de lograr su objetivo prioritario de paz internacional, tiene que ser afectada por la nueva era de la información y la comunicación, y aplicar en sus procesos los nuevos instrumentos tecnológicos.

La Conferencia General de 1985 está decidida a

*proseguir las actividades que tienen por objeto aumentar la eficacia interna de los sistemas educativos mediante el mejoramiento de los métodos y las técnicas de la educación y a facilitar el examen internacional y el aprovechamiento de las posibilidades que brinda a la educación el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la informática y la toma en consideración de las incidencias que puede tener el incorporarlas a la práctica educativa y a la formación del personal docente*<sup>25</sup>.

Estas sugerencias de la UNESCO, hace más de 35 años, se vuelven a mencionar en la actualidad. Salinas et al. (2018), señalan que a pesar del desarrollo y la integración de nuevos y diferentes dispositivos tecnológicos móviles para facilitar la interconexión, sigue sin haber un cuerpo teórico que aporte orientación a docentes o administradores sobre cómo organizar la enseñanza semipresencial de manera efectiva para la mejora de los resultados de aprendizaje.

De acuerdo con ello, la UNESCO pedirá, concretamente, que durante el ejercicio de 1988-1989 se convoque un congreso sobre la educación y la informática, porque

*los actuales progresos de la ciencia y la tecnología en distintos sectores de la actividad humana deben mucho a los correspondientes de la informática y las*

21. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, “Programa para 1984–1985. Grandes Programas. Las ciencias y su aplicación al desarrollo. Creación de un Comité Intergubernamental Interino del Programa Intergubernamental de Informática”, resolución 22C/6.4.1, París, 1983, p. 42.
22. *Op. cit.* en nota 20, “Gran Programa VI: Las ciencias y su aplicación al desarrollo”, resolución 22C/6.3.
23. *Op. cit.* en nota 14, “Derecho de autor, estadísticas y servicios del programa. Sistemas informáticos y documentales”, resolución 19C/6.31, s. p.
24. *Op. cit.* en nota 19.
25. *Op. cit.* en nota 26, “Concepción y aplicación de las políticas de la educación. Gran Programa IV: Concepción y aplicación de las políticas de la educación”, resolución 23C/4.1.2, p. 38.

*técnicas de cálculo; [...] cualquier nuevo progreso científico y técnico es imposible si no se explotan ampliamente los medios que ofrecen la informática y las técnicas de cálculo; [...] la formación del personal en el sector de la informática y las técnicas de cálculo es una tarea muy importante, que se impone hoy día a todos los países<sup>26</sup>; [...] [y porque] las nuevas tecnologías electrónicas es un aspecto cada vez más esencial de la educación, tanto como instrumento para los profesores y alumnos que como toma de importancia primordial en los planes de estudio<sup>27</sup>.*

Interinamente a la realización del congreso, la UNESCO resolverá

*iniciar un Programa Intergubernamental de Informática (PII), destinado a fortalecer la cooperación internacional y los esfuerzos nacionales, encaminados a la formación de especialistas, la creación de infraestructuras, la definición de políticas nacionales y el mejor reconocimiento de la función de la informática<sup>28</sup>.*

La UNESCO ya sugería, en 1989, la necesidad de explotar los medios que ofrece la informática. El COVID-19 nos ha ayudado a conocer nuevas relaciones con la informática y su aplicación educativa, lo que hoy llamamos educación digital. Area, (2007); Area y otros, (2008); Barbera, (2008); Cabero y Llorente, (2009); Gutiérrez y otros, (2009) y Pina, (2008) definen que una propuesta educativa es bimodal cuando combina ambas modalidades (presencial y a distancia) lo cual supone estrategias sincrónicas (coincidencia temporal en el uso de recursos y espacios, interacción directa) y asincrónicas (actividades que no requieren la conexión simultánea del docente y el alumnado o de los participantes entre sí, sino que cada quien participa en su propio tiempo y espacio).

Con objeto de coordinar, planificar el programa y supervisar su ejecución, la UNESCO aprobará los *Estatutos del Comité Intergubernamental del Programa Intergubernamental de Informática*, pidiendo a los Estados Miembros, a las organizaciones internacionales, asociaciones no gubernamentales y a todos aquellos interesados o concernidos que colaboren ampliamente entre sí y con la UNESCO en los campos de desarrollo de la informática y con el PII<sup>29</sup>.

Y con una clara visión de futuro, y para evitar dilaciones imposibles en una esfera donde la velocidad de los cambios es vertiginosa, la Conferencia invitará al Director General

*a examinar la posibilidad, dentro del límite máximo del presupuesto previsto para 1986-1987, de instalar un sistema de teleconferencia mediante microcomputadoras para intercambiar información sobre las actividades de la UNESCO en la subregión en apoyo de la función intersectorial integrada de esa Oficina y habida cuenta del costo elevado de los viajes y de la comunicación dentro de la subregión<sup>30</sup>.*

26. *Op. cit.* en nota 26, "Congreso internacional sobre la educación y la informática", resolución 23C/4.10, p. 44.

27. *Op. cit.* en nota 26, "Aplicación de las nuevas tecnologías en la educación", resolución 23C/4.11, p. 44.

28. *Op. cit.* en nota 26, "Las ciencias y su aplicación al desarrollo. Gran Programa VI: Las ciencias y su aplicación al desarrollo", resolución 23C/6.2, p. 52.

29. *Ibidem.*

30. *Op. cit.* en nota 26, "Relaciones exteriores e información pública. Oficina Intersectorial de la UNESCO para el Caribe", resolución 23C/18.2.2, p. 92.

En 1989 la UNESCO nos habla de teletrabajo. De reducir los costes de los viajes aplicando recursos telemáticos o de videoconferencia. Es lo que, a día de hoy, con la aparición del COVID-19 hemos redefinido como educación on-line, clases y reuniones en streaming, congresos virtuales y tutorías a distancia.

Si las nuevas tecnologías pueden ser una oportunidad más económica para mejorar las condiciones de obtener una información imprescindible para el desarrollo de los más pobres, lo es también para elevar los niveles de excelencia educativa, pues sus posibilidades son enormes.

Es incuestionable que éstas y, especialmente la informática, pueden desempeñar en la extensión de los servicios educativos a nuevos sectores de población y en el mejoramiento de la calidad y eficacia del proceso educativo<sup>31</sup> un gran papel.

Por eso será necesario fortalecer

*las actividades relacionadas con la introducción de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en la educación y especialmente aquellas relativas a la informática como asignatura, como ayuda pedagógica y como instrumento de investigación y de administración, para todos los niveles y todas las formas de enseñanza, incluida la enseñanza a distancia*<sup>32</sup>.

El año 1987 será particularmente significativo en la línea de la UNESCO orientada a reconocer el papel que la informática y las nuevas tecnologías juegan en la sociedad. La resolución relativa a la aplicación de la informática a la educación es un compendio de las inquietudes de la Organización por el tema:

*Consciente de la importancia en aumento de la utilización de la informática en la enseñanza, reconociendo el destacado papel que la informática como instrumento de gestión de los sistemas educativos y del proceso pedagógico, puede desempeñar en el mejoramiento de la calidad y la eficacia de la enseñanza, [...] invita a los Estados Miembros a que busquen la forma de utilizar mejor la informática para desarrollar y perfeccionar el sistema y el proceso educativos*<sup>33</sup>.

En la actualidad se ha visibilizado la bimodalidad educativa como un instrumento para gestionar los procesos pedagógicos. Ahora bien, la implementación de la bimodalidad es más que una cuestión de ofrecer herramientas y estrategias al alumnado. Si bien es cierto que es necesario el uso de las TIC y los medios con el potencial de sus diferentes lenguajes/códigos, en los tiempos que corren, para la innovación y la mejora de la calidad educativa, no son suficientes. Lo esencial continúa siendo la relación pedagógica de la que ya hablaba la UNESCO hace años, la relación intersubjetiva y social entre los sujetos que intervienen en el proceso educativo.

Esta consciencia de la importancia de las nuevas tecnologías no sólo no remite, sino que se acrecienta. Y así puede observarse en la Conferencia General de 1993, que subraya el

31. *Op. cit.* en nota 27, "Concepción y aplicación de las políticas de la educación. Gran Programa IV: Concepción y aplicación de las políticas de la educación", resolución 24C/4.1, p. 39.

32. *Op. cit.* en nota 52, p. 41.

33. *Op. cit.* en nota 52, "Aplicación de la informática a la educación", resolución 24C/4.8, p. 52.



*creciente impacto de la utilización de la informática en todo el sistema de enseñanza y de formación de especialistas. [Y] consciente de la necesidad de reforzar las actividades de la UNESCO relacionadas con la utilización de las últimas tecnologías de la información en la esfera de la educación, [...] invita al Director General a: celebrar en Moscú en 1996, un segundo congreso internacional sobre el tema de la informática y la educación*<sup>34</sup>.

Se trata, en definitiva, de

*fortalecer la capacitación de especialistas en informática, en especial la formación de formadores, y la de los usuarios de los sistemas computadorizados para acrecentar la capacidad de los países en desarrollo en ese ámbito; [y] promover la capacitación en informática de los jóvenes, en particular las mujeres, a fin de mejorar las posibilidades de empleo y alentar la introducción de la enseñanza de la informática en los niveles secundario y postsecundario de la educación*<sup>35</sup>.

De este contexto no podrá excluirse a los impedidos. Para su mejora educativa también tendrán que emplearse las nuevas tecnologías, tal como lo reclamara ocho años antes.

Entonces –1987– la Conferencia General mostraba su interés por eliminar las barreras que pudieran aparecer en la aplicación de las nuevas tecnologías. Barreras físicas y psicológicas que impedirían a los discapacitados participar en todos los ámbitos relacionados con las nuevas tecnologías.

La UNESCO pedía que se actuara mejorando los contenidos y métodos de la educación de los impedidos, teniendo en cuenta las aportaciones de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación *con miras a la integración de los jóvenes impedidos en el medio escolar habitual y en la vida activa*<sup>36</sup>.

En la esfera de las relaciones de las nuevas tecnologías con la educación hay que:

*promover e intensificar las investigaciones metodológicas, pedagógicas y didácticas necesarias para que tanto los profesores como los estudiantes dominen las nuevas tecnologías y que se conozcan mejor las nuevas repercusiones de esas nuevas tecnologías en los sistemas educativos*<sup>37</sup>; *recopilar y difundir estudios sobre las nuevas tendencias de las tecnologías de la información y la comunicación, y estimular la reflexión internacional sobre problemas conexos éticos y jurídicos; realizar un análisis prospectivo de las repercusiones del progreso tecnológico en el ámbito de la información*<sup>38</sup>; *fomentar las iniciativas cooperativas regionales en el*

34. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, “Programa para 1994–1995. Áreas Principales del Programa. Impacto de la utilización de la informática en el sistema educativo”, resolución 27C/1.18, París, 1993, p. 31.

35. *p. cit.* en nota 55, “La comunicación, la información y la informática al servicio de la humanidad. Área Principal IV del Programa: La comunicación, la información y la informática al servicio de la humanidad. D. En el marco del Programa IV. 4: Informática”, resolución 27C/4.1, p. 53.

36. *Op. cit.* en nota 27, “La educación para todos. Gran Programa II: La educación para todos”, resolución 24C/2.1, p. 24.

37. *Op. cit.* en nota 4, “Utilización de las nuevas tecnologías en la educación”, resolución 28C/1.17, p. 29.

38. *Op. cit.* en nota 4, “Comunicación, información e informática. Gran Programa IV: Comunicación, información e informática”, resolución 28C/4.1.2, p. 53.

*ámbito de la informática; fortalecer las redes regionales de informática y facilitar su interconexión con redes internacionales, y apoyar la formación de especialistas en informática<sup>39</sup>; ayudar a elaborar métodos comunes de formación de especialistas en comunicación, información e informática para el uso de técnicas modernas<sup>40</sup>; llevar a cabo proyectos piloto de nuevas aplicaciones de las técnicas de información y comunicación para facilitar el acceso a los servicios telemáticos en los países en desarrollo y, en particular, fomentar el uso de éstas nuevas tecnologías para la enseñanza abierta y la educación permanente diversificada en apoyo de “Aprender sin fronteras”<sup>41</sup>.*

Esta cita de la Conferencia General de la UNESCO de 1997 se ha hecho más actual que nunca. A raíz de la pandemia hemos observado la necesidad de desarrollar el uso de las nuevas tecnologías para que sean válidas en una educación digital y a distancia; hemos comprobado la fragilidad formativa de alumnado y profesorado en la implementación on- line de contenidos digitales y hemos conocido la existencia de problemas éticos y jurídicos en los procesos de formación telemáticos.

Por otra parte, la Conferencia General de 1997 aludirá en varias ocasiones al papel que Internet puede desempeñar en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Así, la Recomendación relativa a la condición del personal docente de la enseñanza superior dirá que

*el intercambio de ideas y de información entre el personal docente de la enseñanza superior de todo el mundo es vital para un desarrollo sólido de la enseñanza superior y la investigación, por lo que deberá ser objeto de una activa promoción. A tal efecto se velará por que el personal docente de la enseñanza superior esté en condiciones durante toda su carrera de participar en reuniones internacionales relativas a la enseñanza superior o a la investigación, y de viajar al extranjero sin restricciones políticas, o de utilizar la red Internet y las teleconferencias con esos fines<sup>42</sup>;*

asimismo, que hay que

*ayudar a los Estados Miembros a formular políticas nacionales y regionales de desarrollo de las tecnologías de información favoreciendo el acceso a Internet como servicio de utilidad pública así como a las aplicaciones de la telemática al servicio del desarrollo y prestar apoyo a los programas regionales de información especializada<sup>43</sup>.*

No pasará inadvertida a la UNESCO la otra cara de la moneda de Internet: sus posibilidades deformadoras. De ello se hará eco en su resolución número treinta, también de la Conferencia General de 1997.

---

39. *Ibidem.*

40. *Ibidem.*

41. *Ibidem.*

42. *Op. cit.* en nota 38, “Recomendación relativa a la condición del personal docente de la enseñanza superior. Anexo. Recomendación relativa a la condición del personal docente de la enseñanza superior. IV. Objetivos y políticas de la educación”, resolución 29C/11. IV.13, p. 31.

43. *Op. cit.* en nota 38.



Dirá:

*Considerando que una de las principales funciones de la información, sobre todo la que transmiten los medios electrónicos modernos, es estar al servicio de los objetivos educativos, científicos y culturales de la humanidad y permitir que se compartan los conocimientos, particularmente entre los niños y jóvenes, que a menudo constituyen la mayor parte de la audiencia de esos medios, teniendo presente la creciente cantidad de textos e imágenes de contenido violento que se difunde por medios electrónicos y en redes internacionales como Internet y la facilidad de acceso a ese material, incluso para los más pequeños, [...] invita a las asociaciones profesionales de periodistas y de los medios de comunicación a elaborar, donde todavía no existan, directrices profesionales para reducir la violencia en los medios electrónicos de comunicación y en las redes internacionales como Internet, con el objetivo concreto de proteger a los menores y a cumplir esas normas mediante la autodisciplina y el autocontrol<sup>44</sup>.*

La Conferencia General de 1999 dirá, sin ambages, que debería utilizarse más Internet<sup>45</sup>; que deberían estudiarse las posibilidades de establecer un programa internacional de enseñanza científica y profesional por conducto de Internet<sup>46</sup>; que debería reducirse la violencia en Internet<sup>47</sup>; y que se debería suministrar a los centros material informático que les permita comunicarse e intercambiar información a través de Internet<sup>48</sup>.

## **NUEVAS TECNOLOGÍAS: AL SERVICIO DE LA CULTURA, LA TOLERANCIA Y LA PAZ**

Es incuestionable que nada de lo que la UNESCO preconiza, adopta, sugiere o recomienda está al margen de sus ideales y objetivos, que se resumen en el logro de una paz justa y duradera.

Pero no se puede dejar pasar por alto la contundencia con la que al respecto se manifiesta la Conferencia General de 1995 reclamando sin ambages que en tal tarea se impliquen también las nuevas tecnologías.

Así, hará suya la Declaración de la 44a reunión de la Conferencia Internacional de Educación, y se manifestará decidida a

44. *Op. cit.* en nota 38, "Los niños y la violencia en la pantalla", resolución 29C/30, pp. 66 y 67.
45. UNESCO, *Actas de la Conferencia General. Volumen 1. Resoluciones*, "Programa para 200–2001. Gran Programa I: La educación para todos a lo largo de toda la vida. Estrategia global para la educación en materia de derechos humanos", resolución 30C/16, París, 1999, p. 39.
46. *Op. cit.* en nota 66, "Declaración sobre la Ciencia y el Uso del Saber Científico y Programa en pro de la Ciencia: Marco general de acción. Anexo II. Programa en pro de la Ciencia: Marco General de acción. Aprovechamiento compartido de la información y los conocimientos científicos", resolución 30C/20.1.3.20, p. 53.
47. *Op. cit.* en nota 66, "Gran Programa IV: Hacia una sociedad de la comunicación y la información para todos. Autorreglamentación destinada a reducir la violencia en los medios de comunicación electrónicos", resolución 30C/40.1, p. 81.
48. *Op. cit.* en nota 66, "Apoyo a la ejecución del Programa. Fortalecimiento de las relaciones con las Asociaciones, Centros y Clubs UNESCO", resolución 30C/60.2, p. 101.

*prestar particular atención a la mejora de los programas de enseñanza, del contenido de los manuales escolares y de otros materiales didácticos, incluidas las nuevas tecnologías, con miras a educar ciudadanos solidarios y responsables, abiertos hacia otras culturas, capaces de apreciar el valor de la libertad, respetuosos de la dignidad humana y de las diferencias y aptos para prevenir los conflictos y resolverlos con métodos no violentos*<sup>49</sup>.

En iguales o parecidos términos hablará la Declaración de Principios sobre la Tolerancia, que también la Conferencia General de 1995 adopta. En el artículo cuatro, relativo a la educación, los Estados Miembros se comprometen a apoyar y ejecutar programas de educación para la tolerancia, los derechos humanos y la no violencia.

Pero dirá que

*para ello hará falta conceder una atención especial al mejoramiento de la formación del personal docente, los planes de estudio, el contenido de los manuales y de los cursos y de otros materiales pedagógicos, como las nuevas tecnologías de la educación, a fin de formar ciudadanos atentos a los demás y responsables, abiertos a otras culturas, capaces de apreciar el valor de la libertad, respetuosos de la dignidad y las diferencias de los seres humanos y capaces de evitar los conflictos o de resolverlos por medios no violentos*<sup>50</sup>.

Por último, invitará, encarecidamente, a los Estados Miembros a

*otorgar atención especial a los proyectos dedicados al desarrollo de las ciencias y la tecnología, la utilización de tecnologías nuevas en la educación, el fomento de la cultura de paz, la buena gestión y la democracia*<sup>51</sup>.

## CONCLUSIONES

En resumen, lo que la UNESCO ha propuesto a lo largo de su historia no está tan lejos de lo que hemos experimentado durante el confinamiento y la pandemia en 2020 y 2021. Las posibilidades didácticas que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ofrecen, deben, en todo caso, articularse con los principios, valores y fines del sistema educativo; deben favorecer la transmisión sosegada de la cultura y los valores universales, que es función principal de la educación; deben demostrar su valor pedagógico adaptándose a los contextos metodológicos establecidos para lograr el desarrollo de habilidades cognitivas y aprendizajes significativos; y deben conjugar el principio de que lo más relevante es el proyecto educativo y que los medios son un instrumento para el desarrollo del mismo.

Estas consideraciones no son sino el desarrollo del principio más general de la necesidad de enfrentarse a las nuevas tecnologías con espíritu crítico y

49. *Op. cit.* en nota 4, "Anexo I. Declaración de la 44ª reunión de la Conferencia Internacional de Educación", resolución 28C/5.41.2.4, p. 63.

50. *Op. cit.* en nota 70, "Declaración de Principios sobre la Tolerancia y Plan de Acción de Seguimiento del Año de las Naciones Unidas para la Tolerancia. Declaración de principios sobre la tolerancia. Artículo 4. Educación", resolución 28C/5.61.4.4, p. 74.

51. *Op. cit.* en nota 70, "Seguimiento de la reunión a la escucha de África", resolución 28C/5.17.6, p. 88.

aprovisionándose de una capacidad selectiva; imprescindible, sobre todo, cuando se sabe que las nuevas tecnologías han cambiado los parámetros del mensaje, haciendo que sea el receptor el que selecciona la información que desea recibir y la forma como quiere obtenerla. Al contrario de lo que ocurría hasta su aparición, donde era el emisor quien determinaba la recepción y el tipo de mensaje que se distribuiría. Lo cual afecta no de manera desdeñable a los procesos educativos experimentados en los contextos tradicionales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Area, M. (2007). La docencia virtual en las universidades presenciales. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (RIED)*, 2(10), 9-12.
- Area, M., Santos, B., y Vargas, E. (2008). Evaluación del campus virtual de la Universidad de La Laguna. Análisis de aulas virtuales. Periodo 2005-07. En *Creando redes, estableciendo sinergias: la contribución de la investigación a la educación: I Simposio Internacional reuni+* (pp. 61-68). Universitat de Barcelona.
- Barbera, E. (coord.) (2008). *Cómo valorar la calidad de la enseñanza basada en las TIC. Pautas e instrumentos de análisis*. Grao.
- Cabero, J. y Llorente, M.C. (2009). Actitudes, satisfacción, rendimiento académico y comunicación online en procesos de formación universitaria en blended learning. *Teoría de la Educación. Educación y cultura en la sociedad de la información*, 10(1), 172-189.
- Gutiérrez, A., Flores, P., Aldecoa, A., Marijuan, M. (2009). Moodle como plataforma blended learning y su funcionalidad en la convergencia al espacio europeo de educación superior. Crisis analógica, futuro digital. *Actas del IV Congreso online del Observatorio para la Cibernética, celebrado del 12 al 29 de noviembre de 2009* (p. 14).
- Pina, B. (2008). Blended learning. Conceptos básicos. *Pixel-bit. Revista de medios y educación*, (23), 7-20.
- Salinas, J., De Benito, B., Pérez-García, A., y Gisbert, M. (2018). Blended learning, más allá de la clase presencial. *Ried. Revista iberoamericana de educación a distancia*, 21(1), 195-213.

# Ampliación de las desigualdades y brechas digitales en México: un análisis en el contexto de COVID-19

## Widening of inequalities and digital gaps in Mexico: an analysis in the context of COVID-19

## Élargissement des inégalités et des lacunes numériques au Mexique: une analyse dans le contexte de la COVID-19

ANIDELYS RODRÍGUEZ-BRITO

*El Colegio Mexiquense A.C., México*  
*arodriguez@cmq.edu.mx*

DASNIEL OLIVERA PÉREZ

*Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
*dasnieloliveraperez@gmail.com*

### Resumen

En un escenario global donde el distanciamiento físico es una de las estrategias fundamentales para enfrentar COVID-19, las disparidades asociadas al acceso, el uso y apropiación de Internet han agravado las desigualdades existentes. En estas circunstancias, el capítulo analiza las condiciones de vulnerabilidad social derivadas de las brechas y desigualdades digitales en el contexto de la pandemia en México, a partir de fuentes secundarias de datos como la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) (2020; 2021). Los resultados obtenidos por medio del análisis estadístico muestran las crecientes desigualdades entre contextos urbanos y rurales y por estratos socioeconómicos, asociadas a las marcadas diferencias de oportunidades y capacidades derivadas de las brechas digitales, y las limitaciones que suponen para el ejercicio del derecho a la salud, la educación y el trabajo en el país. Los hallazgos dan cuenta de la necesidad

de incorporar el acceso a Internet como parte de las políticas y programas para superar la crisis actual, y como dimensión fundamental para el desarrollo.

**Palabras clave:** COVID-19, desigualdades digitales, brechas digitales, México.

## INTRODUCCIÓN

La incertidumbre y la inestabilidad se han convertido en nociones globalizadas e imprescindibles para entender la vida social de millones de personas en todo el mundo durante el último año. En un escenario global donde el distanciamiento físico es una estrategia fundamental para enfrentar COVID-19, las soluciones digitales en las áreas de la salud, la educación, el comercio y el trabajo se han convertido en una alternativa preponderante (CEPAL, 2020).

Sin embargo, las disparidades asociadas al acceso, el uso y apropiación de Internet son todavía notables en América Latina y agravan las desigualdades existentes. Por una parte, colocan en situación de riesgo a numerosos grupos sociales que ven limitados algunos de sus derechos básicos; y, por otra, ponen de relieve las desigualdades estructurales asociadas al problema de la redistribución de los recursos.

En 2019 un tercio de la ciudadanía latinoamericana no contaba con conexión a Internet, o tenía un acceso limitado debido a su condición económica y social, en particular su edad y localización. Así, por ejemplo, las características de la conexión (velocidad de descarga) en el 44% de los países de la región impedían el desarrollo de varias actividades en línea simultáneamente, lo que inhabilita el uso de soluciones digitales de teletrabajo y educación en línea y refuerza la exclusión.

La mitad de los hogares sin conexión a Internet se ubicaba en los dos quintiles más bajos de la distribución del ingreso. Respecto a los grupos etarios, el 42% de los menores de 25 años y el 54% de las personas mayores de 66, carecían de acceso a la Red de redes. Igualmente, la diferencia entre contextos urbanos y rurales era considerable: mientras el 67% de los hogares urbanos tenían conexión a Internet, solo el 23% de los hogares de zonas rurales contaban con el servicio (CEPAL, 2020).

México no escapa a esta realidad. De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH, 2020), 3 de cada 10 personas no tiene acceso a Internet; el 23,4% de ellas se ubica en contextos urbanos, mientras el 52,3% habita en zonas rurales. Asimismo, 4 de cada 10 niñas y niños entre 6 y 11 años, y cerca del 65% de las personas de 55 años y más carecen del servicio.

Pero la conectividad es condición necesaria mas no suficiente para aproximarse a la noción de brecha digital, y a las desigualdades que se generan a partir del uso de Internet. En estas circunstancias, el presente capítulo tiene como objetivo analizar las condiciones de vulnerabilidad social derivadas de las brechas y desigualdades digitales en el contexto de la pandemia en México, a partir de un acercamiento descriptivo a fuentes secundarias de datos como la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) (2020; 2021).

Con este fin, en el apartado siguiente se revisan los conceptos de brecha digital y desigualdades digitales y su relación con las nociones de vulnerabilidad. Luego se presenta la metodología del trabajo, sustentada fundamentalmente en la estadística

descriptiva. Le siguen los principales hallazgos del estudio, y por último presentamos la discusión y conclusiones del capítulo.

## **APUNTES TEÓRICOS. LOS CONCEPTOS BRECHA DIGITAL Y DESIGUALDAD DIGITALES Y SU RELACIÓN CON LA VULNERABILIDAD SOCIAL**

De acuerdo con algunos autores (Gunkel, 2003; Van Dijk, 2017), el término brecha digital (*digital divide*) fue utilizado por primera vez a mediados de los noventa en un reporte oficial del Departamento Estadounidense de Telecomunicaciones y Administración de la Información (NTIA, 1999), al calor de la discusión sobre la pertinencia de regular las fuerzas del mercado que estaban surgiendo asociadas a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (Robles y Molina, 2007).

En el desarrollo del concepto se han identificado tres grandes momentos. En el primero de ellos, tanto el debate académico como la preocupación institucional sobre la brecha digital giró en torno a la cuestión del acceso a Internet (Hoffman y Novak, 1998; Strover, 1999) y, en consecuencia, refiere “la distancia entre aquellas personas que tienen y no tienen acceso a Internet” (Van Dijk, 2006, p. 221). La interpretación “literal” de la cuestión del acceso explica la centralidad que tuvo en la investigación, identificar y describir la línea divisoria entre ciudadanos con y sin infraestructura de acceso a Internet, entre países, y al interior de un mismo territorio.

En este momento emergen variables geográficas como el tamaño de la localidad y la zona de residencia, y se evidencian perfiles de usuarios con porcentajes más altos de acceso a Internet (jóvenes, hombres, con niveles educativos más altos) y grupos poblacionales menos favorecidos (ancianos, mujeres, personas con niveles educativos más bajos y menores recursos económicos) (Walsh, 2000; Attewell, 2001; Torres, 2017).

Entre las críticas fundamentales a esta etapa, Van Dijk (2006) argumenta que se trata de una mirada sesgada de las desigualdades que intenta captar el concepto. De acuerdo con Van Dijk, se trata de un acercamiento simplista, toda vez que “acceso a Internet” no implica “uso de Internet”. Torres (2017, p. 19), por su parte, resalta el carácter determinista de este momento que sitúa el problema de las desigualdades digitales únicamente en el acceso o no a Internet, como si “la provisión de este recurso” determinase “la solución de esta forma de desigualdad”.

En un segundo momento, el debate se desplazó al terreno de los usos, con la constatación empírica de que las desigualdades tecnológicas no desaparecen con la ampliación infraestructural y de servicios para el acceso a Internet (DiMaggio *et al.*, 2001). Así, la noción de brecha digital (Bucy, 2000; DiMaggio *et al.*, 2001; Van Dijk y Hacker, 2003) comenzó a relacionarse con las desigualdades como consecuencia del uso o no de Internet y las causas y factores asociados a ello.

Con esta perspectiva emergen numerosas variables sociales para dar cuenta de las diferencias en cuanto al uso de Internet (Hoffman *et al.*, 2001; Bimber, 2000; Bonfadelli, 2002). Variables raciales (Hoffman *et al.*, 2001), educativas (Bonfadelli, 2002), de género (Bimber, 2000; Cooper y Weaver, 2003), así como aquellas asociadas a las habilidades para el uso de Internet (DiMaggio *et al.*, 2004; Van Deursen y Van Dijk, 2009) caracterizaron este momento. Asimismo, se introdujo el factor motivacional

para dar cuenta de las alternativas para acceder a Internet, halladas por individuos sin conexión en sus entornos cercanos (DiMaggio *et al.*, 2001).

Un tercer momento enfatiza en los efectos de la distribución irregular del uso de Internet sobre las relaciones socioeconómicas que definen la estructura social de un país. Al respecto, el análisis se centra en las diferencias de oportunidades que toman los ciudadanos –dada su formación, edad, y recursos económicos– al apropiarse de Internet para mejorar sus posibilidades, así como los efectos de esta circunstancia sobre las desigualdades existentes en un contexto sociopolítico dado (Robles *et al.*, 2012).

Los esfuerzos se orientan a analizar las ventajas competitivas que generan determinados usos de la Red de redes (Van Dijk, 2005), denominados usos beneficiosos y avanzados de Internet (UBAI). En esta etapa se introduce el concepto de desigualdades digitales (*digital inequality*) para referir las diferencias entre quienes usan estos servicios y quienes quedan al margen de ellos (DiMaggio y Hargittai, 2001). Emergen, además, las cuestiones relativas a las capacidades y habilidades digitales (DiMaggio *et al.*, 2004; Van Deursen y Van Dijk, 2009).

En resumen, como parte de la complejización del análisis sobre las desigualdades en la Sociedad Red (Castells, 1997), el debate evolucionó de la “cuantificación de las diferencias entre quienes usan y no usan Internet” hacia su consideración como “un factor clave para conseguir mejores bienes y servicios”, y como “medio” para optar por “recursos competitivos” (Torres, 2017, p. 20). La brecha digital refiere un proceso multidimensional con al menos tres aristas –económica, política y cultural:

La dimensión económica es comprendida en términos de privación material y de acceso a mercados y servicios que aseguran la satisfacción de necesidades básicas. La dimensión política e institucional refiere la falta de derechos civiles y políticos que garantizan la participación ciudadana. La dimensión cultural remite a la negación de derechos culturales y necesidades particulares de los grupos sociales, con base en cuestiones de género, edad, identidad étnica y creencias religiosas (Araya, 2005, p. 60)

El efecto acumulativo de la brecha digital en la ciudadanía actúa como limitante para el ejercicio de ciertos derechos y media las capacidades para modificar su posición en la sociedad, de modo que acentúa las condiciones de vulnerabilidad social.

## LAS DESIGUALDADES DIGITALES

La noción de desigualdad digital ha estado muy relacionada con las diferencias de oportunidades asociadas a los usos de Internet y las posibles ventajas derivadas de la red de Redes (Van Dijk, 2005; Van Deursen y Van Dijk, 2010). La desigualdad digital comprende la desigual distribución de los diferentes usos ventajosos de Internet (Hargittai y Hinnant, 2008; Stern, *et al.*, 2009; De Marco, 2017).

Desde el punto de vista teórico persiste la discusión entre quienes entienden la brecha digital como expresión de las desigualdades sociales existentes en determinados contextos (Van Dijk y Hacker, 2003), y quienes la asumen únicamente como consecuencia de las relaciones entre ciudadanos y tecnologías (Anderson *et al.*, 2001; Compaine, 2001). Para los primeros, las diferencias en el acceso y uso de Internet se reducirán de conjunto con las diferencias sociales y estructurales existentes; mientras



que, para los segundos, la brecha es una cuestión coyuntural y con la paulatina extensión de Internet esta forma de desigualdad se reducirá significativamente o desaparecerá.

Justamente este argumento de la inclusión digital es una de las premisas asociadas a la noción de desigualdad digital. Otra de las premisas comprende que “no todos los usos de este medio son iguales”. Mientras que “unos favorecen el capital social, las posibilidades de progresar profesionalmente o el disfrute de mejores y más económicos bienes y servicios”, otros son actividades “que, pese a ser novedosas, no aportan ningún valor social, político o económico añadido” (Torres, 2017, p. 20).

Entre las dimensiones de la desigualdad digital DiMaggio y Hargittai (2001) mencionan la disponibilidad de medios técnicos para el acceso, la autonomía en el acceso, el contexto social e institucional, las habilidades para el uso de la herramienta, y los fines con que se utiliza esta tecnología. De acuerdo con los autores, los medios técnicos o infraestructurales (*hardware*, *software*, tipo de conexión) resultan determinantes en los usos y servicios a los que accede la ciudadanía y, en consecuencia, están los posibles beneficios que obtienen de Internet. Por otra parte, la autonomía se centra en el lugar desde donde se usa Internet, y las limitaciones/restricciones potenciales para acceder a determinadas páginas y servicios.

Además de estas cuestiones materiales, estos autores consideran los contextos sociales e institucionales como determinantes de los tipos de usos de Internet, y argumentan el rol estimulante de estos contextos para fomentar capacidades y predisposición favorable al uso de la herramienta. Las habilidades digitales y los propósitos, por su parte, guardan estrecha relación con la variedad de usos de la Red de redes. Cada una de estas fuentes de desigualdad median la relación entre la ciudadanía y la tecnología, los usos que hacen de esta y las posibles ventajas de este proceso (DiMaggio *et al.*, 2004).

De acuerdo con las propuestas de Van Dijk y Hacker (2003) las desigualdades digitales pueden explicarse a partir de un modelo acumulativo y recursivo. La cuestión motivacional, siguiendo con este modelo, constituye la primera condición necesaria para el acceso a las TIC. Luego, se requiere acceso físico a la infraestructura tecnológica (*hardware* y *software*). La tercera dimensión tiene que ver con el nivel de competencias digitales apropiado para usar dichos servicios; y la última dimensión comprende la variedad y tipología de servicios utilizados por la ciudadanía.

Los usos efectivos de Internet dependerán de la “capacidad” y la “oportunidad” para utilizar las TIC para la consecución de objetivos personales y colectivos (Grunstein, 2003). En particular, los usos beneficiosos y avanzados de Internet permiten satisfacer necesidades individuales (Stafford, *et al.*, 2004) y se traducen en el incremento de la calidad de vida del internauta (De Marco, 2017).

La desigual distribución de los usos ventajosos de Internet media significativamente las posibilidades sociales, económicas y políticas de la ciudadanía. Ante la emergencia sanitaria que vivimos, el uso y acceso a Internet condicionan los derechos sociales básicos de millones de personas en México y Latinoamérica y dificultan la oportunidad de competir por bienes escasos como opciones laborales, educativas, o asistencia médica.



Al respecto, se podría decir que en el contexto de COVID-19, las limitaciones relativas a los usos y acceso a Internet colocan en situación de incertidumbre, fragilidad, inestabilidad, precariedad, y riesgo a estas personas. Lo anterior se sustenta desde dos concepciones bastante extendidas del término vulnerabilidad. Por una parte, refiere un estado o situación de afectación en cualquiera de los ámbitos esenciales para el bienestar de individuos y grupos y suele identificar la situación de personas y familias que vienen y van entre condiciones de pobreza y no pobreza (Kaztman *et al.*, 1999).

Por otra, la vulnerabilidad se concibe desde la noción de riesgo, e introduce lo contingencial, es decir, la multiplicidad de factores y consecuencias negativas resultado de decisiones individuales y colectivas que configuran situaciones de fragilidad. Al respecto, la relación entre vulnerabilidad social y desigualdad dinámica reconoce la “persistencia en el tiempo de situaciones de inestabilidad e incertidumbre que afectan selectivamente a individuos o poblaciones y que tienden –progresivamente– a diferenciarlos de otras categorías sociales”. Estos elementos diferenciadores tienen lugar a partir de la exclusión/ privación, temporalmente variable, de recursos fundamentales para la consecución de diversos fines sociales o la conservación de ciertos niveles de bienestar (Moreno, 2008, pp. 14-15).

Desde la noción de desigualdad dinámica, podemos releer a Anderson (*et al.*, 2001) y Compaine (2001) y su concepción de la brecha digital como una cuestión coyuntural resultado de las relaciones entre ciudadanos y tecnologías. Sin embargo, si concebimos la brecha digital como expresión de las desigualdades sociales existentes (Van Dijk y Hacker, 2003), resultado de los problemas sistémicos de redistribución de recursos en las sociedades de mercado (Crompton, 1994), las desigualdades digitales son también estructurales.

Entonces, en tiempos de confinamiento por COVID-19, donde las soluciones digitales habilitan el acceso a opciones laborales, educativas, de salud, entre otras, las brechas digitales colocan en situaciones de fragilidad, inestabilidad y precariedad a numerosas personas en México y Latinoamérica. Pero no se puede olvidar que estas brechas son también resultado de la acumulación de desigualdades estructurales.

En este sentido, el análisis de los datos de ENDUTIH (2020; 2021) busca ilustrar las condiciones de riesgo de mexicanas y mexicanos, por la falta de acceso y las condiciones de uso de Internet. Pero al mismo tiempo, al indagar por la posible relación entre el acceso y la calidad de los usos con variables socioeconómicas, culturales y geográficas, se busca demostrar el carácter estructural de las desigualdades digitales en el país.

## METODOLOGÍA

Con el propósito de analizar las condiciones de vulnerabilidad social derivadas de las brechas digitales en el contexto de la pandemia, hemos realizado un acercamiento descriptivo a la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2019 y 2020 como fuente secundaria de datos.

La selección de las encuestas de 2019 y 2020, responde a la necesidad de analizar la situación en cuanto al uso y acceso a las TIC en que llegó la ciudadanía mexicana a COVID-19 y, si una vez iniciada la pandemia, cambiaron estas circunstancias.

La encuesta tiene como objetivo “generar información estadística que permita conocer la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones en los hogares y por los individuos de seis o más años de edad” (ENDUTIH, 2020; 2021). La misma es representativa a nivel nacional, nacional urbano y nacional rural, y por estratos socioeconómicos. Además, proporciona información a nivel de hogar y de individuos, de los cuales es posible conocer su edad y escolaridad.

La inclusión de estas variables resulta de gran utilidad para el presente capítulo, toda vez que permiten analizar los resultados tomando en consideración la edad, el nivel de escolaridad, el estrato educativo y el tamaño de la localidad, como importantes mediadores de las diferencias en cuanto al acceso (Walsh, 2000; Attewell, 2001) y uso de Internet (Hoffman et al., 2001; Bimber, 2000; Bonfadelli, 2002).

Asimismo, las secciones IV. Equipamiento de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el hogar; VI. Experiencia en el uso de la computadora, laptop o tablet; y la VII. Uso y experiencia del Internet contienen información valiosa sobre las dimensiones fundamentales de la brecha digital analizadas en este estudio, a saber: acceso a la infraestructura tecnológica, tipos de uso de Internet, motivaciones para el uso de las TIC, y habilidades necesarias para usar las TIC.

A partir de la revisión de la literatura, comprendemos la brecha digital como un proceso multidimensional que contempla tanto el acceso físico a la infraestructura tecnológica, como las motivaciones, competencias y habilidades necesarias para usar dichos servicios. La brecha digital es una manifestación de las desigualdades digitales entre personas, grupos y países, resultado de las desigualdades estructurales existentes Van Dijk y Hacker (2003).

Las diferencias de oportunidades asociadas a los tipos de usos de Internet y las posibles ventajas derivadas de la Red de redes (Van Dijk, 2005; Van Deursen y Van Dijk, 2010) configuran desigualdades digitales que inciden en la satisfacción de necesidades individuales (Stafford *et al.*, 2004) y en la calidad de vida de la ciudadanía (De Marco, 2017). Tomando en consideración este constructo, fueron seleccionadas las variables observadas en ENDUTIH (2020; 2021) que dan cuenta de los indicadores y dimensiones próximos a nuestra noción de brecha digital.

## ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para *analizar las condiciones de vulnerabilidad social derivadas de las brechas digitales en el contexto de la pandemia*, los resultados del estudio se organizan tomando en consideración las dimensiones fundamentales de la brecha digital que conforman nuestro constructo.

Así, el primer apartado, dedicado al acceso a la infraestructura tecnológica, contiene tanto la disponibilidad de dispositivos de conexión, como el acceso a Internet en el hogar. En este apartado se recogen, además, las motivaciones para usar estas tecnologías y las razones para no hacerlo.

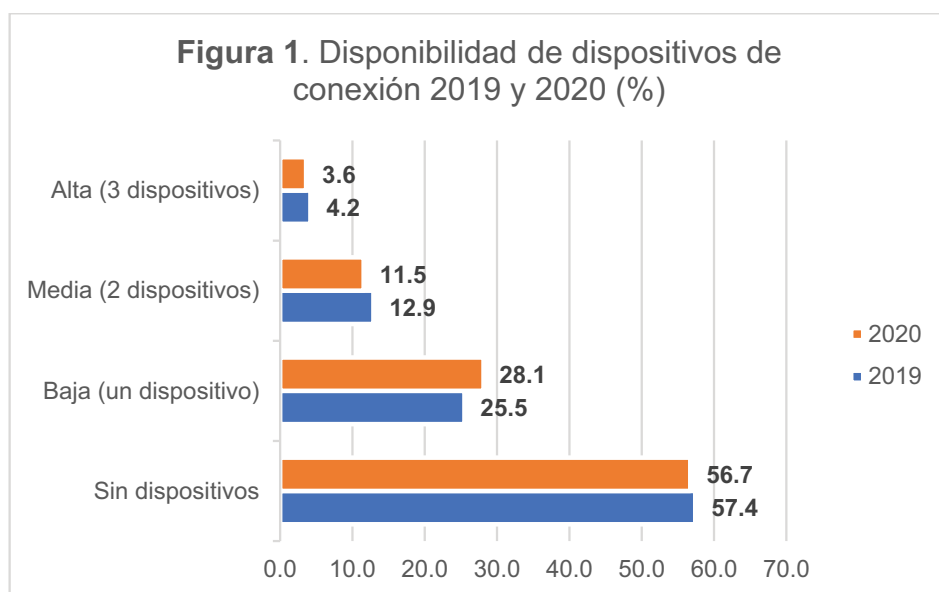
Un segundo momento, dedicado a los usos de Internet, contiene los tipos y variedad de usos, dimensión fundamental para explicar tanto la brecha como las desigualdades digitales. El tercer apartado aborda las habilidades para el uso de las

TIC. Por último, se retoman los hallazgos fundamentales y se explican en términos de desigualdad dinámica y estructural.

El análisis de estas dimensiones se realiza a la luz de variables como la edad, el nivel educativo, el estrato socioeconómico y el tamaño de la localidad, esenciales para ilustrar el carácter estructural de las desigualdades digitales.

### ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA. DISPONIBILIDAD DE DISPOSITIVOS DE CONEXIÓN

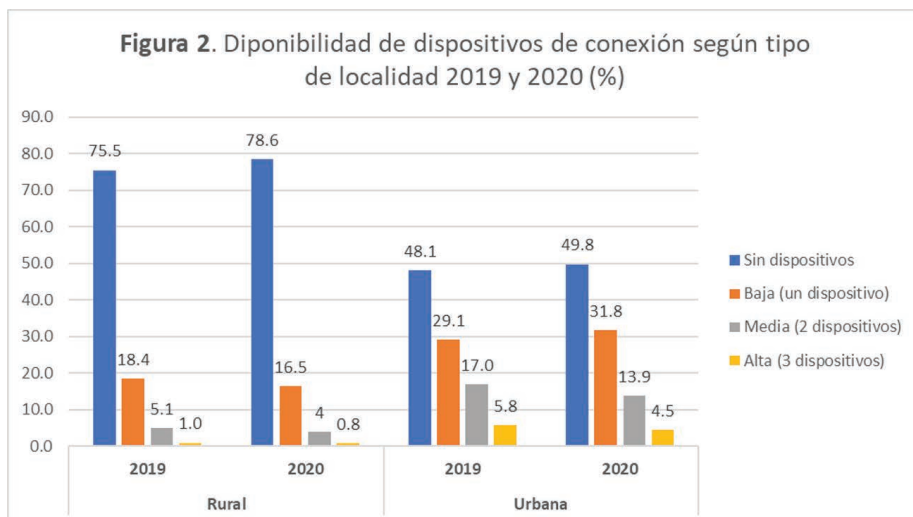
Entre 2019 y 2020, más del 50% de los hogares mexicanos carecía de algún dispositivo de conexión a Internet, casi la tercera parte contaba con al menos uno, poco más del 10% poseía dos dispositivos, y cerca de un 4% tiene tres dispositivos (Figura 1).



Fuente: Elaboración propia.

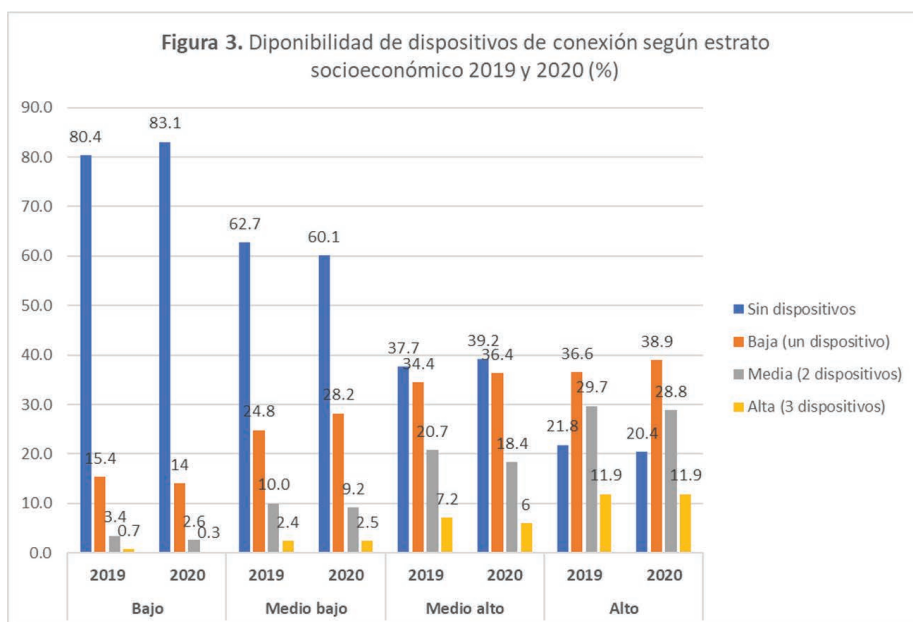
En los años analizados, se observa una variación en las razones declaradas por las personas para la ausencia de dispositivos de conexión en los hogares. La cuestión económica (falta de recursos para adquirirlo) se redujo en un 20% (de 52.9% en 2019 a 32.8% en 2020). Casi un 9% menos, declaró que “no les interesa” (de 21.3% a 12.5%, respectivamente), mientras que quienes declararon no saber utilizar estos dispositivos disminuyeron en un 10% (de 16.5% en 2019 a 6.5% en 2020). Estos datos pudieran explicarse a partir de la irrupción de las soluciones digitales en ámbitos como la salud, la educación, el comercio y el trabajo a raíz de COVID-19.

La brecha en el acceso a los dispositivos es constatable en relación con el tipo de localidad (rural/urbana) y con el estrato socioeconómico. Menos de la cuarta parte de los hogares rurales cuenta con algún dispositivo como computadora o tablet; mientras más de la mitad de los hogares urbanos posee alguno de ellos (Figura 2).



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, la desigualdad en la disponibilidad de TIC es más notable según estratos socioeconómicos. Más del 80% de los hogares de estrato bajo y más del 60% de los de estrato medio bajo, carecen de dispositivos de conexión. En contraste, más del 75% de los hogares de estratos altos y el 60% de los de estrato medio alto cuentan con alguno de ellos (Figura 3).

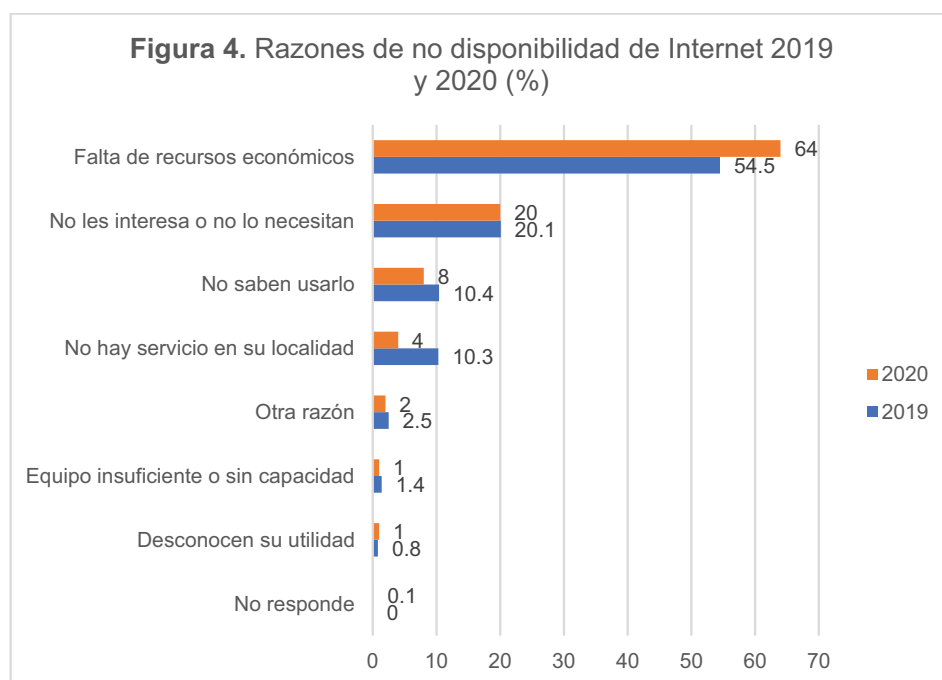


Fuente: Elaboración propia.

## ACCESO A INTERNET EN EL HOGAR

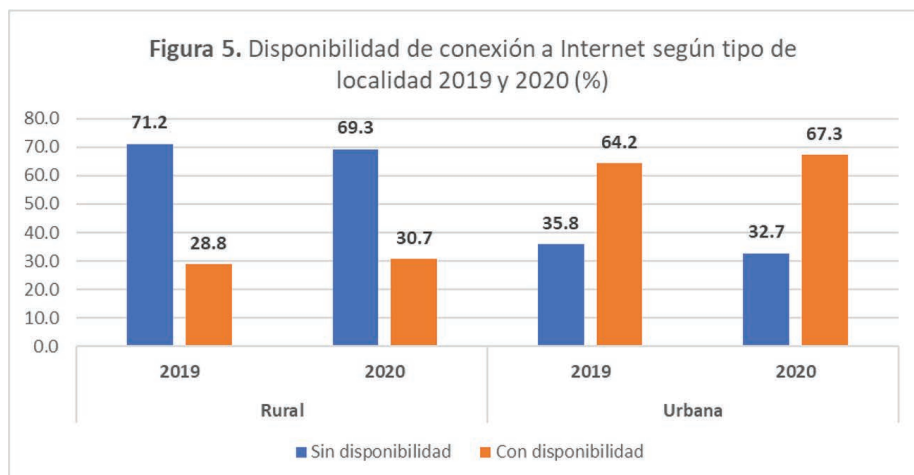
Más de la mitad de los hogares dispone de conexión a Internet. De ellos, los hogares con conexión fija aumentaron (del 53% en 2019 a 67.6% en 2020), mientras que aquellos con conexión móvil (de 14.6% a 5.8%), y con conexión móvil y fija (de 32.6% a 23.6%), decrecieron. Sin embargo, 4 de cada 10 hogares carecen de un servicio de Internet de calidad.

Luego, del total de hogares que no cuenta con conexión a Internet, más de la mitad plantea como razón la falta de recursos económicos y una quinta parte indica que no les interesa o no lo necesitan. Respecto a la falta de servicio en la localidad, se observa una diferencia de casi 6 puntos porcentuales entre ambos años, lo que podría indicar un crecimiento en la infraestructura para atender a las demandas que impuso la pandemia (Figura 4).



Fuente: Elaboración propia.

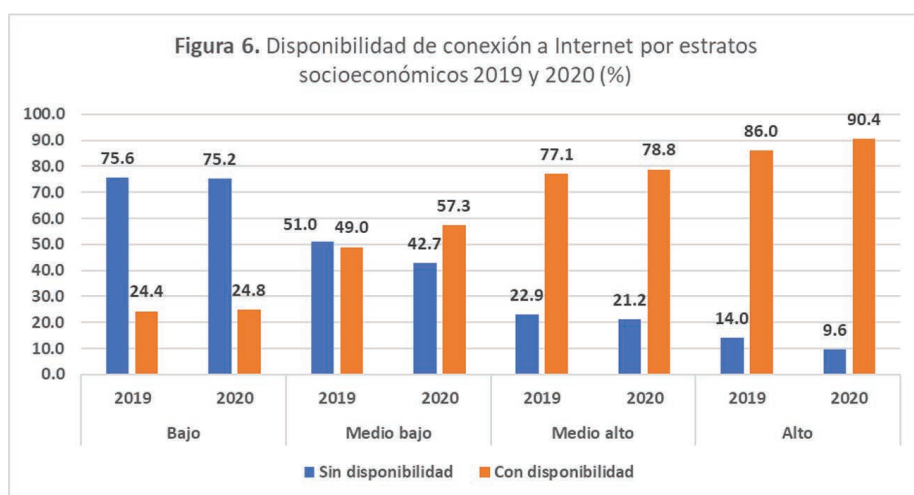
Por cada hogar rural con conexión existen dos hogares urbanos con este servicio. Así, mientras sólo la tercera parte de los hogares rurales dispone de conexión a Internet, casi 7 de cada 10 de los urbanos cuenta con el servicio (Figura 5).



Fuente: Elaboración propia.

Igualmente, resulta contrastante que solo la cuarta parte de los hogares de estrato socioeconómico bajo cuenta con conexión a Internet, en contraste con los hogares de estrato alto, donde 9 de cada 10 tienen el servicio (Figura 6). De hecho, por cada hogar de estrato bajo con Internet existen, proporcionalmente, tres hogares que disponen del servicio en los estratos medio alto y alto.

También destaca que el incremento en la disponibilidad del servicio durante el año 2020 se concentró en el estrato medio bajo (8.3%), lo cual podría estar asociado a las necesidades derivadas de la educación y el trabajo en línea durante la pandemia; al tiempo que en el estrato socioeconómico bajo el incremento registrado fue apenas del 0.4%, lo que refuerza la idea de la profundización de las brechas digitales por condición socioeconómica.



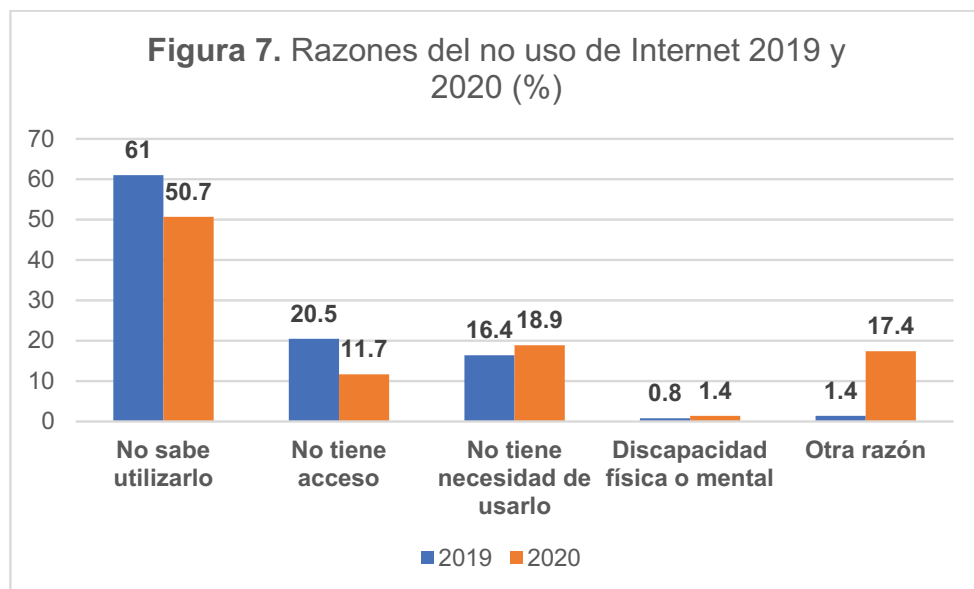
Fuente: Elaboración propia.

## USOS DE INTERNET

Casi 7 de cada 10 personas encuestadas ha usado Internet en los últimos tres meses. De ellos, el 89.5% indicó que lo utilizaba diariamente en 2020. Por tanto, más de la mitad de la población hace un uso sistemático de la Red de redes. A pesar de ello, este dato no necesariamente corresponde a un uso de calidad. Algunos factores parecen intervenir al respecto: la disponibilidad y calidad de la infraestructura para el acceso (abordada en el apartado precedente), la variedad y tipos de usos que desarrollan las personas y sus habilidades para manejar los servicios de Internet.

Entre la población que no usa Internet, más del 50% no cuenta con los conocimientos para utilizarlo. Aunque entre 2019 y 2020 esta cifra ha disminuido en 10 puntos porcentuales (Figura 7), los datos permiten indicar que, si bien el programa actual del Gobierno Federal pone énfasis en atender la brecha infraestructural, omite una dimensión relevante de la brecha para la sociedad mexicana como las habilidades para el uso de Internet.

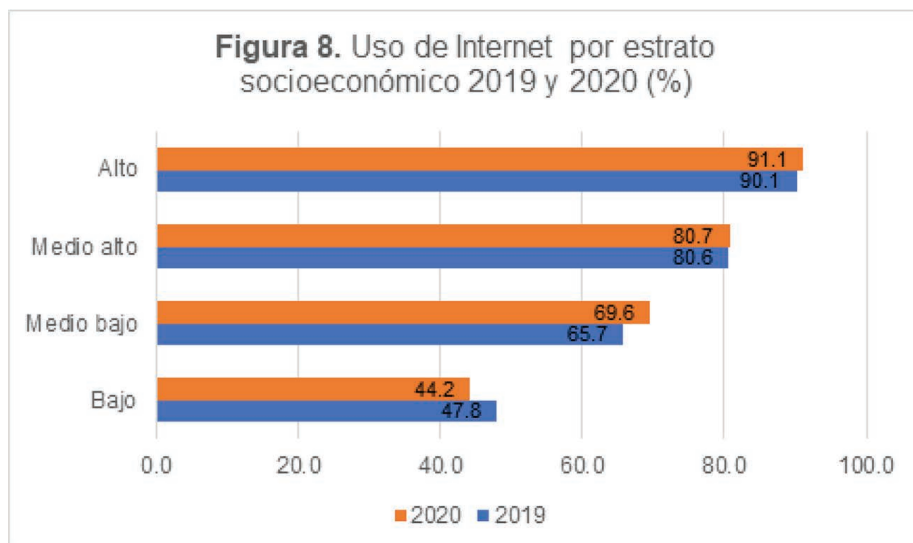
Otras razones para el no uso de Internet ponen atención en las condiciones socio-económicas. Así, para el año 2020 el 11.7% de esta población manifestó que no contaba con acceso al servicio; mientras el 15.5% indicó entre las razones la falta de recursos económicos, indicador incorporado en el levantamiento de información en este último año.



Fuente: Elaboración propia.

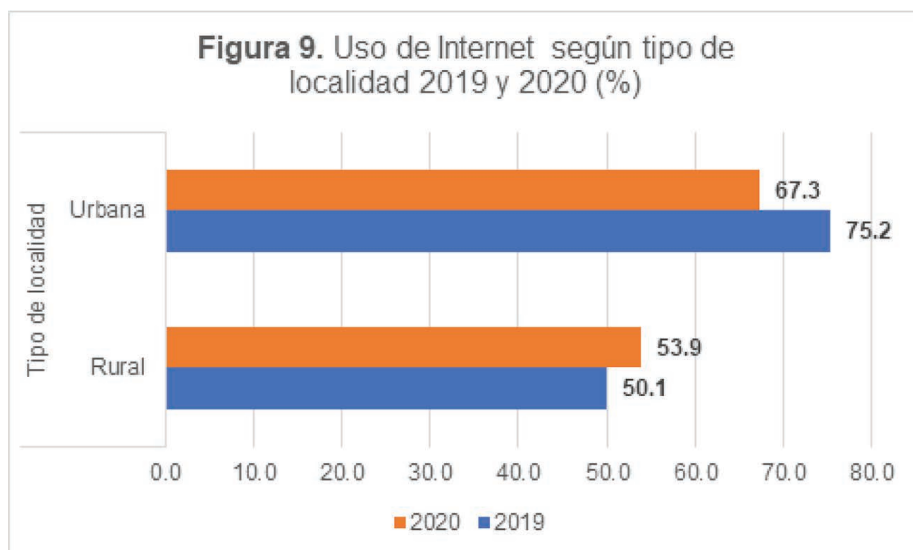
Del mismo modo que en los apartados anteriores, el uso de Internet también da cuenta de desigualdades asociadas al estrato socioeconómico de las personas y el tipo de localidad donde residen. Así, mientras más de la mitad de las personas del

estrato socioeconómico bajo no usan este servicio, más del 90% de quienes pertenecen al estrato alto lo utilizan (Figura 8).



Fuente: Elaboración propia.

Aunque la brecha en los usos de Internet entre localidades rurales y urbanas se ha ido cerrando entre 2019 y 2020, todavía la diferencia alcanza casi 15 puntos porcentuales (Figura. 9).



Fuente: Elaboración propia.



Ahora bien, el uso está mediado por la edad y el nivel educativo. Así, por ejemplo, las dos terceras partes de las personas de 55 años o más y casi un tercio de las personas entre 45 y 54 años declara no usar Internet; mientras más de tres cuartas partes de las personas entre 25 y 44 años la utilizan. En contraste, más del 90% de los jóvenes entre 12 y 24 años usa Internet.

En cuanto al nivel educativo, más del 90% de quienes poseen estudios superiores usan Internet; por el contrario, la mayoría de las personas sin estudios (9 de cada 10), o con nivel primario (5 de cada 10), no lo utilizan.

Por otra parte, los usos predominantes de Internet son la socialización y el entretenimiento (Cuadro 1). En específico, los usos vinculados a la comunicación (intercambiar mensajes instantáneos y conversar telefónicamente) fueron los más frecuentes, y en 2020 aumentaron ligeramente en relación con 2019, lo que puede explicarse por la necesidad de socialización en tiempos de medidas de confinamiento. Sin embargo, los usos de entretenimiento no se incrementaron en la proporción esperada dada la situación de confinamiento, tal vez debido al incremento del tiempo dedicado a otras actividades y usos del servicio.

En esta dirección, se puede apreciar un aumento de los usos relacionados con la capacitación para el trabajo, los cursos de apoyo a la educación, así como las actividades vinculadas con el comercio y los servicios. Estos resultados son coherentes con la centralidad que han tomado las soluciones digitales durante COVID-19.

Por el contrario, en el caso de los usos vinculados con trámites gubernamentales se observa un decrecimiento, lo que tal vez se deba a la paralización de las instituciones públicas no esenciales, como parte de las medidas de contención y mitigación de la pandemia.

En el caso de los usos para la salud, llama la atención la drástica reducción observada en la búsqueda en Internet de información sobre salud entre 2019 y 2020, lo que tal vez se explique por la sobresaturación informativa de los temas asociados al nuevo coronavirus. No obstante, el uso relacionado con el acceso a servicios de salud en instituciones públicas creció considerablemente, lo cual forma parte de las dinámicas esperadas a raíz del incremento de la demanda de este tipo de servicio.

Cuadro 1. Tipos de usos de Internet.

Tipos de Uso / Año	2019		2020	
	Frecuencia	% de quienes usan Internet	Frecuencia	% de quienes usan Internet
<b>Uso para entretenimiento</b>				
Ver películas, series, conciertos y otros audiovisuales gratuitos	10735	74.5	27977	69.8
Escuchar música gratis que no sea radio AM y FM	7939	55.1	21065	52.2

Tipos de Uso / Año	2019		2020	
	Frecuencia	% de quienes usan Internet	Frecuencia	% de quienes usan Internet
Leer periódicos, revistas o libros	6829	47.4	17868	44.5
Ver películas, series, conciertos y otros audiovisuales de pago	6154	42.7	18414	45.9
Jugar en línea	3341	23.2	10698	26.7
Acceder a TV en la web	1939	13.5	4957	12.4
Acceder a contenidos de radio AM o FM	1644	11.4	4166	10.4
Acceder a otro tipo de contenidos	35	0.2	5	0.01
<b>Uso para socialización</b>				
Enviar mensajes instantáneos	12942	89.8	36742	91.6
Realizar conversaciones telefónicas	10465	72.6	32671	81.5
Enviar correos electrónicos	7179	49.8	22648	56.5
Para otro medio de comunicación	14	0.1	5	0.01
<b>Uso para capacitación y educación</b>				
Tutoriales sobre temas de interés	9769	67.8	26885	67.0
Capacitación para el trabajo	2940	23.8	8974	26.2
Cursos de apoyo a la educación	3292	22.8	12992	32.4
Otro tipo de capacitaciones	29	0.2	10	0.02
<b>Uso para el comercio</b>				
Compras por Internet	3619	25.1	12044	30.0
Pagos por Internet	3054	21.2	9947	24.8
Ventas por Internet	1580	11	5303	13.2
<b>Uso para la política</b>				
Descargar formatos del gobierno	3350	23.2	7783	19.4
Consultar información del gobierno	3246	22.5	7853	19.6
Realizar trámites del gobierno	2564	17.8	6343	15.8
Comunicarse con el gobierno	951	6.6	2635	6.6

Tipos de Uso / Año	2019		2020	
	Frecuencia	% de quienes usan Internet	Frecuencia	% de quienes usan Internet
Otra interacción con el gobierno	3	0	6	0.01
<b>Uso para la salud</b>				
Búsqueda en Internet de información sobre salud	8899	61.8	2272	17.7
Citas médicas en instituciones públicas	904	18	26070	65.0

Fuente: Elaboración propia.

La diversidad de los usos, por otra parte, guarda una relación positiva y estadísticamente significativa con el nivel educativo ( $P < 0.05$ ), aunque la magnitud de la relación es moderada, según lo demuestra el coeficiente de correlación de Spearman (Cuadro 2). De modo que las personas con mayor diversidad en los usos de Internet cuentan también con un mayor nivel educativo.

Cuadro 2. Correlación entre nivel educativo y la diversidad de usos de Internet.

Rho de Spearman		2019		2020	
		Diversidad de los usos de Internet	Nivel educativo	Diversidad de los usos de Internet	Nivel educativo
<b>Diversidad de los Usos de Internet</b>	Coeficiente de correlación	1.000	.308**	1,000	.411**
	Sig. (bilateral) N	957	.000 957	57932	.000 12259
<b>Nivel educativo</b>	Coeficiente de correlación	.308**	1.000	.411**	1.000
	Sig. (bilateral) N	.000 957	21620	.000 12259	12288
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).					

Fuente: Elaboración propia.

Igualmente, existe una relación positiva y estadísticamente significativa ( $P < 0.05$ ) entre la diversidad de los usos y el estrato socioeconómico, aunque la magnitud de la relación es leve, según lo demuestra el coeficiente de correlación de Spearman (Cuadro 3). Esto indica que las personas de estratos socioeconómicos más altos hacen usos más diversos de la Red de redes.

Cuadro 3. Correlación entre estrato socioeconómico y diversidad de los usos de Internet.

Rho de Spearman		2019		2020	
		Diversidad de los usos de Internet	Estrato socio-económico	Diversidad de los usos de Internet	Estrato socio-económico
Diversidad de los Usos de Internet	Coefficiente de correlación	1.000	.170**	1,000	.254**
	Sig. (bilateral) N	957	.000 957	12288	.000 12288
Estrato socio-económico	Coefficiente de correlación	.170**	1.000	.254**	1.000
	Sig. (bilateral) N	.000 957	21620	.000 12288	58154
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).					

Fuente: Elaboración propia.

Estas correlaciones dan cuenta que los tipos de uso y la diversidad y calidad de los mismos, guardan relación con la escolaridad y la condición socioeconómica, lo que refuerza la situación ventajosa de unos usuarios en relación con otros. Los resultados evidencian que las personas con más años de estudio o mejor condición socioeconómica son quienes reciben los beneficios asociados a los usos de Internet, en detrimento de quienes tienen menores niveles de escolaridad o pertenecen a los estratos más bajos. Además, este comportamiento se afianzó durante la pandemia, como se puede observar en la diferencia entre las magnitudes de las correlaciones para 2019 y 2020.

## HABILIDADES PARA EL USO DE LAS TIC

Dentro de las habilidades computacionales más frecuentes reportadas, están descargar contenidos de internet (música, videos, documentos, etc.) (88.7%), enviar y recibir correos electrónicos (86.3%), copiar archivos entre directorios (83.6%) y crear archivos de texto (79.9%). Estas habilidades guardan relación con los usos más frecuentes antes descritos, que se concentran en el entretenimiento y la socialización.

Las habilidades menos frecuentes entre la ciudadanía son crear o usar bases de datos (48%) y programar (18.6%), lo cual es comprensible por los niveles de especialización que requieren.

Sin embargo, llama la atención la relación que existe entre el nivel educativo y el número de habilidades que dominan las personas (Cuadro 4). Como puede apreciarse, el 70% o más de las personas sin escolaridad, con preparatoria o kínder, educación primaria, y normal básica, solo domina de 1 a 3 habilidades computacionales. En cambio, más de la mitad de las personas que cuentan con estudios de grado y posgrado, dominan de 8 a 10 habilidades.

Cuadro 4. Habilidades computacionales según nivel educativo (%).

Nivel educativo	Año	Habilidades computacionales		
		1 a 3 habilidades	4 a 7 habilidades	8 a 10 habilidades
Ninguno	2019	70	30	0
	2020	69.6	21.7	8.7
Preescolar o kínder	2019	96.3	1.9	1.9
	2020	98.5	1.5	0
Primaria	2019	79.7	18	2.2
	2020	74	23.1	2.9
Secundaria	2019	34.1	52.6	13.4
	2020	28.8	53.2	18
Normal básica	2019	73.3	20	6.7
	2020	36.1	36.1	27.8
Estudio técnico terminal con secundaria	2019	24.8	46.9	28.3
	2020	30.1	43.3	25.7
Preparatoria o bachillerato	2019	9.7	54.1	36.3
	2020	10.6	51.8	37.6
Estudio técnico superior con preparatoria terminada	2019	17.6	41.2	41.2
	2020	13.7	50	36.3
Licenciatura o ingeniería	2019	5	36.5	58.5
	2020	5.1	34.8	60.1
Especialidad	2019	2.4	45.2	52.4
	2020	3.9	40.4	55.7
Maestría	2019	3.7	25.6	70.7
	2020	2.5	25.5	72
Doctorado	2019	2	28.6	69.4
	2020	3.7	22.8	73.5
<b>Total</b>	2019	<b>22.9</b>	<b>40.8</b>	<b>36.3</b>
	2020	<b>20.2</b>	<b>40.5</b>	<b>39.3</b>

Fuente: Elaboración propia.

En correspondencia con lo antes descrito, existe una relación estadísticamente significativa ( $P < 0.05$ ) entre el nivel educativo y el número de habilidades que dominan las personas, y de acuerdo con el estadístico V de Cramer, su magnitud es moderada (Cuadro 5 y 6).

Cuadro 5. Pruebas de chi-cuadrado para las variables nivel educativo y número de habilidades computacionales.

	2019			2020		
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Valor		Sig. asintótica (2 caras)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	4030.107 <sup>a</sup>	24	0.000	10574.893 <sup>a</sup>	99	0.000
<b>Razón de verosimilitud</b>	3912.314	24	0.000	9502.102	99	0.000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	985.876	1	.000	7200.966	1	.000
<b>N de casos válidos</b>	8536			20752		
	a. 7 casillas (17.9%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2.29.			a. 28 casillas (23.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.		

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 6. Estadístico V de Cramer para las variables nivel educativo y número de habilidades computacionales.

	2019		2020	
	Valor	Aprox. Sig.	Valor	Aprox. Sig.
Nominal V de Cramer	.486	.000	.238	.000
N de casos válidos	8536		20752	

Fuente: Elaboración propia.

La asociación entre los años de estudio y el número de habilidades que dominan las personas viene a confirmar, de conjunto con los hallazgos presentados en este apartado, la fuerte incidencia de un conjunto de variables como la edad, el nivel educativo, el estrato socioeconómico y el tamaño de la localidad, en las dimensiones de la brecha y en la reproducción de las desigualdades digitales en el país. Ahora bien, la ligera disminución en la magnitud de la relación en el año 2020 podría estar asociado con el desarrollo de habilidades computacionales en los procesos educativos que, al parecer, impactó con fuerza en el nivel de educación normal básico. Este dato llama la atención porque la educación normal básica, considerada parte de la educación superior en México, comprende la formación de maestros para la enseñanza básica.

## ¿QUÉ DICEN LOS DATOS SOBRE LA CONDICIÓN DINÁMICA Y ESTRUCTURAL DE LAS DESIGUALDADES DIGITALES EN LA COYUNTURA DE LA PANDEMIA?

El análisis de los hallazgos devela que, cuando llega COVID-19 a México, el 57% de los hogares carecía de dispositivos de conexión a Internet como computadoras o

tablets y que la séptima parte de los hogares con acceso a Internet no contaban con un servicio de calidad. Aunque este último indicador disminuyó 10 puntos porcentuales durante el primer año de la pandemia, la proporción de hogares sin dispositivos de conexión se mantuvo prácticamente inalterada.

La falta de dispositivos de conexión y la calidad del servicio de Internet colocaron, potencialmente, a más de la mitad de los hogares encuestados en una situación de riesgo en la coyuntura de la pandemia, pues se convirtieron en una importante barrera para el acceso a soluciones digitales y, con ello, limitaron el ejercicio de los derechos sociales básicos a estos sectores.

Pero los datos no solo muestran el carácter dinámico de las desigualdades digitales en México. Al analizar la relación entre el acceso y la calidad de los usos con variables socioeconómicas, culturales y geográficas, se pudo constatar también la condición estructural de las desigualdades digitales.

De los hogares sin dispositivos de conexión, en el año 2020 casi la tercera parte carecía de recursos económicos para adquirirlos. Por otra parte, mientras más de dos tercios de los hogares urbanos poseía algún dispositivo de conexión, apenas la cuarta parte de los hogares rurales contaba con computadora o tablet.

Respecto al acceso a Internet en el hogar, se aprecian brechas considerables según el tipo de localidad y el estrato socioeconómico. Por cada hogar rural con este servicio, existen dos hogares urbanos con Internet, y por cada hogar de estrato bajo con Internet existen, proporcionalmente, más de tres hogares que disponen del servicio en los estratos medio alto y alto.

Asimismo, en relación con los usos de Internet, más de la mitad de los encuestados del estrato socioeconómico bajo no usan el servicio, en contraste con el 90 % de los participantes del estrato alto y del 80% del estrato medio alto que sí lo utilizan.

Además, las correlaciones positivas entre la diversidad de los usos y el nivel educativo y la diversidad de los usos y el estrato socioeconómico, respectivamente, refuerzan la situación (des)ventajosa de unos usuarios en relación con otros. Los resultados evidencian que las personas con más años de estudio o mejor condición socioeconómica son quienes reciben los beneficios asociados a los usos de Internet, en detrimento de quienes tienen menores niveles de escolaridad o pertenecen a los estratos más bajos.

Igualmente, la asociación positiva entre los años de estudio y el número de habilidades que dominan las personas viene a confirmar la fuerte incidencia de un conjunto de variables como la edad, el nivel educativo, el estrato socioeconómico y el tamaño de la localidad, en las dimensiones de la brecha digital.

A la luz de estas relaciones, las desigualdades digitales emergen como expresión de desigualdades sociales previas, al tiempo que producen y reproducen las asimetrías existentes en la sociedad mexicana.

El primer año de la pandemia por COVID-19 tuvo un efecto favorable en la diversificación de los usos y en el desarrollo de habilidades, así como en el acceso a Internet de calidad entre quienes ya poseían el servicio previamente. Sin embargo, la brecha y las desigualdades digitales se profundizaron, dado que la cantidad de hogares sin acceso a Internet y sin dispositivos para la conexión se mantuvo en una

proporción semejante, por lo que un amplio grupo de personas quedó al margen del acceso a otros derechos y servicios, sobre todo aquellas en estratos socioeconómicos bajos, con niveles educativos inferiores y que vive en zonas rurales.

Los datos muestran que las asimetrías y condiciones de desigualdad estructural se han profundizado y acelerado, como resultado de la dependencia e integración de las TIC en el acceso a la salud, la educación y el trabajo durante el año 2020.

## DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

La brecha digital es muy visible en México. El acceso a la infraestructura tecnológica coloca en situación desventajosa a más de la mitad de los hogares que no cuentan con dispositivos de conexión ni acceso a Internet. El argumento de la inclusión digital (Anderson *et al.*, 2001; Compaine, 2001) no parece una realidad alcanzable a corto plazo. Estas circunstancias colocan en riesgo a una parte importante de la ciudadanía mexicana, dada la centralidad de Internet y las TIC en numerosos ámbitos sociales de nuestro tiempo (Castells, 1997).

Sin embargo, esta situación se ha tornado más grave en el último año. Con la crisis derivada de COVID-19 las soluciones digitales en las áreas de la salud, la educación, el comercio y el trabajo se han convertido en una alternativa preponderante (CEPAL, 2020), ante las medidas de prevención, contención y mitigación de la pandemia. De este modo, más de la mitad de la población mexicana queda en condición de vulnerabilidad (Moreno, 2008). Para este segmento, la falta de conexión a Internet ha representado importantes limitaciones en el acceso a derechos sociales básicos.

Se trata de una situación de desigualdad dinámica, acrecentada por la crisis sanitaria global, pero también es notable la desigualdad estructural (Crompton, 1994). La incidencia de variables como el nivel de escolaridad, el estrato socioeconómico y el tamaño de la localidad en el acceso y el uso de dispositivos y servicios tecnológicos, da cuenta de la desigual distribución de los recursos y de la reproducción de las inequidades.

Lo anterior nos lleva a pensar con Van Dijk y Hacker (2003) que, para el caso mexicano, la brecha digital es una expresión de las desigualdades sociales y como tal, su reducción deberá atender a las diferencias sociales y estructurales existentes.

De modo similar, los tipos y la diversidad de los usos de Internet y las habilidades en el manejo de estos servicios dan cuenta de la fuerte asociación entre las desigualdades digitales y las desigualdades sociales (De Marco, 2017). Los resultados de la correlación confirman que los tipos de uso y la diversidad y calidad de los mismos, guardan relación con la escolaridad y la condición socioeconómica.

Se evidencia así que las personas con más años de estudio o mejor condición socioeconómica son quienes reciben los beneficios asociados a los usos de Internet (Livingstone y Helsper, 2007; Van Deursen *et al.*, 2017), en detrimento de quienes tienen menores niveles de escolaridad o pertenecen a los estratos más bajos. Se acentúan entonces las diferencias entre las personas con y sin recursos culturales, cognitivos y económicos.

Por último, las motivaciones para el no acceso y uso de Internet corroboran el análisis planteado. Las poblaciones más vulnerables señalan entre las desmotivaciones



más importantes la no disponibilidad del servicio, así como la carencia de recursos económicos y cognitivos para sostenerlo y emplearlo efectivamente.

Estos datos confirman, por una parte, que la brecha digital es un mecanismo clave de refuerzo de los ciclos de desigualdad intergeneracional en relación con la educación y la riqueza (Francis y Weller, 2021); y por otra, que la dependencia de la integración tecnológica que ha generado COVID-19 para el acceso a los derechos de la salud (Ramsetty y Adam, 2020), la educación, el trabajo, y otros, ha continuado profundizando las desigualdades sociales, en detrimento de los más vulnerables.

En 20 años, las políticas federales relacionadas con las TIC e Internet no han atendido a las condiciones estructurales de la vulnerabilidad asociada a las desigualdades digitales. Podría plantearse, incluso, que la falta de integralidad en relación con otras políticas sectoriales (educativas, económicas) tampoco han posibilitado potenciar el rol de Internet en poblaciones de mayor riesgo. Luego, el programa prioritario en curso, *Internet para todos*, si bien atiende parcialmente la brecha por acceso en relación con la infraestructura y la condición socioeconómica, no se plantea acciones dirigidas a afrontar las brechas en los usos y las habilidades necesarias para obtener los potenciales beneficios de la Red de redes.

Las TIC e Internet han permitido el acceso al trabajo, el comercio, la política, la educación, e incluso, a la salud, durante la pandemia por COVID-19. Sin embargo, las condiciones estructurales previas de acceso desigual a estos servicios y las profundas brechas digitales existentes en la población mexicana permiten afirmar que, durante el último año, se han profundizado las desigualdades estructurales y dinámicas de la sociedad, así como las limitaciones en los derechos de las poblaciones más vulnerables. La brecha digital resultante de este periodo confirma su esencia como manifestación sistemática y recursiva de las prácticas y políticas de exclusión, discriminación y dominación existentes en la sociedad.

Tal vez la lección más importante de esta experiencia colectiva sea la necesidad de diseñar e implementar políticas públicas integrales para atender las determinantes multidimensionales de la desigualdad, y como parte de ello, priorizar una concepción amplia de derechos en el desarrollo de políticas de Internet.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, R., Kedzie, Ch., Bikson, T., Keltner, B., Law, S., Panis, C., Mitchell, B., Plis-kin, J., & Srinagesh, P. (2001). "Universal access to e-mail: feasibility and societal implications". En B. Compaine (Ed.), *The digital divide: Facing a crisis or creating a myth?* (pp. 243– 262). MIT Press.
- Araya, R. (2005). Internet, política y ciudadanía. *Nueva sociedad*, 195 (56).
- Attewell, P. (2001). The first and second digital divides. *Sociology of Education*, 74 (3), 252-259.
- Bimber, B. (2000). Measuring the gender gap on the Internet. *Social Science Quarterly*, 81 (3), 868-876.
- Bonfadelli, H. (2002). The Internet and knowledge gaps: A theoretical and empirical investigation. *European Journal of Communication*, 17, 65-84.

- Bucy, E. P. (2000). Social access to the Internet. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 5, 50-61.
- Castells, M. (1997). *La Era de la Información: la Sociedad Red*. Alianza Editorial, Madrid.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2020). *Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19*.
- Compaine, B. M. (2001). Declare the war won. En: Compaine, B. M. (Ed.), *The digital divide. Facing a crisis or creating a myth?* (pp. 315-335). MIT Press, Cambridge, MA.
- Crompton, R. (1994). *Clase y estratificación. Una introducción a los debates actuales*. Editorial Tecnos, Madrid.
- De Marco, S. (2017). La revolución de Internet. Los usos beneficiosos y avanzados de Internet como la nueva frontera de la desigualdad digital. *Panorama Social*, 17.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., & Shafer, S. (2004). From unequal access to differentiated use: A literature review and agenda for research on digital inequality. En K. M. Neckerman. (Ed.), *Social Inequality* (pp. 335-400). Russell Sage Foundation, Nueva York.
- DiMaggio, P.; Hargittai, E.; Neuman, W. R., & Robinson, J. P. (2001). Social implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336.
- DiMaggio, P., & Hargittai, E. (2001). From the Digital Divide to Digital Inequality. Studying Internet use as penetration increase. *Centre for arts and Cultural Policy Studies (working papers)*, 15, 1-23.
- Francis, D. V., & Weller, C. E. (2021). Economic Inequality, the Digital Divide, and Remote Learning During COVID-19. *The Review of Black Political Economy*, May, 2021, 1-20.
- Gómez Navarro, D. A. (2018). La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 6 (16), April-July.
- Gunkel, D. J. (2003). Second thoughts: Toward a critique of the digital divide. *New Media & Society*, 5, 499-522.
- Gurnstein M. (2003). Effective use: A community informatics strategy beyond the Digital Divide. *First Monday*, 8 (12).
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital inequality: Differences in young adults' use of the Internet. *Communication Research*, 35 (5), 602-621.
- Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1998). Bridging the racial divide on the Internet. *Science*, 280 (17), 390-391.
- Hoffman, D. L., Novak, T. P., & Schlosser, A. E. (2001). The evolution of digital divide: Examining the relationship of race to Internet access and usage over time. En Compaine, B.M. (Ed.), *The digital divide. Facing a crisis or creating a myth?* (pp. 47-99). The MIT Press, Cambridge.

- ENDUTIH. (2020). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2019. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- ENDUTIH. (2021). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2021. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Kaztman, R., Beccaria, L., Filgueira, F., Golbert, L., & Kessler, G. (1999). Vulnerabilidad, activos y exclusión social en Argentina y Uruguay. Equipo Técnico Multidisciplinario para Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people, and the Digital Divide. *New Media and Society*, 9 (4), 671-696.
- Moreno, J. C. (2008). El concepto de vulnerabilidad social en el debate en torno a la desigualdad: Problemas, alcances y perspectivas. Center for Latin American Studies (WP-Serie #9), University of Miami.
- NTIA (National Telecommunications and Information Administration) (1999). Falling through the Net: Defining digital divide. En: [www.ntia.doc.gov/legacy/ntiahome/fttn99/FTTN.pdf](http://www.ntia.doc.gov/legacy/ntiahome/fttn99/FTTN.pdf), 24 de abril de 2021.
- Ramsetty, A., & Adam, C. (2020). Impact of the digital divide in the age of COVID-19. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 27 (7), 1147-1148.
- Robles, J. M., & Molina, O. (2007). La Brecha digital: ¿una consecuencia más de las desigualdades sociales? Un análisis de caso para Andalucía. *Empiria. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (13), 81-99.
- Robles, J. M., Molina, Ó., & De Marco, S. (2012). Participación política digital y brecha digital política en España. Un estudio de las desigualdades digitales. *Arbor*, 188 (756), 795-810.
- Stafford, T. F.; Stafford Royne, M., & Schkade, L.L. (2004). Determining Uses and Gratifications for the Internet. *Decision Sciences*, 35.
- Stern, A.; Adams, E., & Elsasser, S. (2009). Digital inequality and place: The effects of technological diffusion on Internet proficiency and usage across rural, suburban, and urban Counties. *Sociological Inquiry*, 79(4), pp. 391-417.
- Strover, S. (1999). Rural internet connectivity. Columbia, Rural Policy Research Institute.
- Torres, C. (2017). Sociedad de la información y brecha digital en España. *Panorama Social*, 17.
- Van Deursen, A. G. M., Helsper, E., Eynon, R., & Van Dijk, J. A. G. M. (2017). The compoundness and sequentiality of digital inequality. *International Journal of Communication*, 11, 452-473.
- Van Deursen, A. J. A. M., Van Dijk, J. A. G. M. (2009). Improving digital skills for the use of online public information and services. *Government Information Quarterly*, 26(2), 333-340.
- Van Deursen, A., & Van Dijk, J. A. G. M. (2010). Measuring Internet Skills. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26 (10), 891-916.

- Van Dijk, Jan A.G.M., & Hacker, K. (2003). The Digital Divide as a complex and dynamic phenomenon. *The information Society*, 19 (4), 315-326.
- Van Dijk, Jan A. G. M. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34 (5), 221-235.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2017). Digital divide: impact of access. En P. Rössler, C. Hoffner y L. van Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1-11). John Wiley y Sons, Chichester, UK.
- Walsh, E. (2000). *The truth about the digital divide*. Forrester, Cambridge.



## PARTE II

### Encuadre, desinformación y periodismo en tiempos de crisis



# ¡Plandemia! Una caracterización de los discursos, valores y bases sociales en la (des) información sobre la Covid-19

Plandemy! A characterization of the discourses, values, and social bases in the (mis)information about Covid-19

Plandémie! Une caractérisation des discours, des valeurs et des bases sociales dans la (dés) information sur le Covid-19

ION ANDONI DEL AMO CASTRO

*Universidad del País Vasco, España*  
*ionandoni.delamo@ehu.eus*

## Resumen

Negacionismo y conspiracionismo expresan públicamente una desconfianza hacia las instituciones centrales de la modernidad como el Estado o la propia ciencia. Remiten a contextos de postverdad, pero tampoco resultan nuevos en la historia.

Una observación participante *on line* nos permite distinguir diferentes perfiles en la movilización de valores y emociones que operan. Así, en primer lugar, podemos distinguir ciertos sectores de un ecologismo “esotérico” o naturalismo, en los que ha entroncado con valores como autogestión de la salud y medicina “natural”, así como con la desconfianza acerca de la mercantilización y medicalización de la salud. En segundo término, encontramos sectores de izquierda radical o incluso contraculturales, en los cuales se movilizan las lecturas de la dominación y la emocionalidad de la radicalidad crítica. En tercer lugar, algunos sectores libertarios, en los que la libertad se ha exaltado como un valor absoluto, en un sentido individualista que conecta con la antropología neoliberal. En cuarto lugar, la derecha alternativa, que alimenta bulos desde sus canales y redes sociales, en una estrategia de expansión de desconfianza generalizada. Finalmente, cabe añadir a algunos sectores afectados por las restricciones y la fatiga pandémica, que experimentan una creciente desconfianza.



En cualquier caso, negacionismo y conspiracionismo han de interpretarse como una intensificación de las rupturas sociales, temporales y socioculturales operadas por el capitalismo tardío en las últimas décadas, y que ya afloraban con anterioridad, con las nuevas tecnologías actuando como catalizador.

**Palabras clave:** pandemia, covid19, negacionismo, teorías conspiranoicas, desinformación, movimientos sociales.

## INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria de la Covid-19 ha derivado también en una crisis de comunicación, una de cuyas expresiones han sido los procesos de desinformación y noticias falsas. Estos procesos de desinformación se han tendido a agrupar bajo etiquetas abarcadoras como “negacionismo” o “conspiracionismo”, que han sido rechazadas por los propios actores, por su carácter estigmatizador.

De hecho, además, dentro de esas categorizaciones se contemplan diferentes discursos que movilizan distintos valores, emociones, y referencias y matrices teóricas e ideológicas. En cualquier caso, su denominador común es un rechazo a lo que consideran informaciones “oficiales”, en las que se incluyen las procedentes de gobiernos, organizaciones internacionales como la OMS, medios de comunicación tradicionales, o incluso las propias fuentes y foros del sistema de la ciencia.

Así, estas lecturas “alternativas” –“negacionismo” y “conspiracionismo”– se han convertido en un fenómeno social, comunitativo, y movilizador, que expresa públicamente una desconfianza absoluta hacia las instituciones centrales de la modernidad como el Estado o la propia ciencia. Un fenómeno que entronca directamente con caracterizaciones de postverdad. Y que tampoco es nuevo en la historia; es más, su análisis actual también arroja luz sobre los mecanismos y condiciones sociales de expansión en el pasado, que a veces nos resulta increíble desde la distancia.

Durante todo este periodo de pandemia hemos llevado a cabo una etnografía digital en distintas redes sociales como grupos de Whatsapp, Twitter o, sobre todo, Facebook, foros en los que estos postulados se han mostrado especialmente activos. Los participantes han sido en la mayor parte de los casos del ámbito vasco –lo que añade ciertas peculiaridades propias– aunque nunca limitado al mismo, como es inherente al ámbito digital.

Desde esta observación participante *on line* hemos operado un análisis contextualizado de discurso que dé cuenta de la representación dinámica de la realidad realizada por los sujetos sociales (Alonso, 2013). Ello nos ha permitido distinguir diferentes perfiles en la movilización de valores y emociones que operan en estos procesos de (des)información “alternativa” o “negacionistas”.

## VALORES Y BASES SOCIALES MOVILIZADOS EN LOS DISCURSOS CRÍTICOS CON LA INFORMACIÓN SOBRE LA COVID-19

A partir del análisis de los discursos críticos con la información sobre la Covid-19 en esta etnografía digital, podemos plantear cinco grupos principales de combinaciones de valores, elementos ideológicos y bases sociales movilizados en esos discursos. Aunque todos ellos comparten una serie de planteamientos básicos, e

incluso muchas veces comparten las mismas informaciones “alternativas” y mensajes (o bulos), los postulados desde los que las acompañan y los valores y argumentos movilizados en las discusiones pueden diferenciarse y caracterizarse en estos cinco grandes perfiles tipo. Los describimos a continuación.

## NATURISMO Y ECOLOGISMO “ESOTÉRICO”

Así, en primer lugar, podemos distinguir ciertos sectores de un ecologismo “esotérico” o naturismo, en los que la sospecha y la crítica ha entroncado con valores relacionados con la autogestión de la salud y la medicina “natural”. A ello se suma una desconfianza acerca de la creciente mercantilización y medicalización de la salud por parte de la industria farmacéutica, crítica que se había desarrollado previamente, y que incluso comparten sectores y personas relacionadas con la salud pública alejadas de cualquier sospecha “negacionista”.

La sospecha se extiende muchas veces al conjunto del sistema científico, en algunos casos en base a la utilización del argumentario desarrollado en la tradición de los estudios críticos de la ciencia y del medio ambiente (Orbegozo, Del Amo y Zarra-beitia, 2020). De hecho, los Estudios Sociales de la Ciencia ya habían visibilizado cómo las investigaciones dependen de una compleja mezcla de constructos de la ciencia y la no ciencia (Latour, 1999, 2007; Law, 2004). Desde el ecologismo también se ha señalado cómo los riesgos, en muchos casos, no se han percibido o se perciben tarde (Martínez-Allier, 2009). Y se ha apuntado también cómo empresas y grupos de presión condicionan el proceso de la construcción del conocimiento científico autorizado a través de la llamada *corporate science* o ciencia corporativa (Kirsch, 2014), tratando de construir una “realidad única” (Law, 2011).

Todos estos elementos son utilizados como argumentos para poner en duda las informaciones científicas sobre la Covid-19, sobre las que se extiende la sospecha de estar condicionadas por los intereses de la industria farmacéutica, que estaría conformando una ciencia corporativa que trata de construir una realidad única. Se aluden además ejemplos históricos como los del tabaco o el caso de la gripe A. Y se acusa a quienes atienden a las informaciones científicas “oficiales” de haber “olvidado” toda la esta tradición crítica.

Es cierto, con todo, que, en los debates históricos en torno al papel de la ciencia occidental, uno de los argumentos en su defensa es que ha sido precisamente ésta la que ha alertado sobre la mayoría de los problemas medioambientales o de salud (Yearley, 2002). Pero en ese sentido, se apela a la tradición de disputa de la evidencia científica y la consiguiente batalla para establecer los “datos reales”, ampliamente desarrollada por el ecologismo político y los movimientos medioambientales (Irwin, 2002; Sánchez, 2019). Así, se plantean informaciones científicas “alternativas”, con referentes del naturismo y la llamada “medicina alternativa” como Josep Pàmies o el médico Karmelo Bizkarra (2004), o la recién creada plataforma “Médicos por la Verdad”. Sin embargo, otros referentes como el médico y divulgador sanitario Antonio Palomar (2004, 2014), miembro de la asociación por la autogestión de la salud Sumendi, ha compartido habitualmente a través de su perfil de Twitter informaciones científicas “oficiales” y recomendaciones en torno a las medidas de precaución contra la Covid-19.

En suma, el recelo y rechazo en torno a las informaciones sobre la Covid-19 cuaja en algunos sectores con una tradición crítica respecto a la ciencia occidental y los intereses que la alimentan, asentada en el naturismo y el ecologismo. A raíz de la Covid-19, algunos sectores radicalizan la crítica hasta el rechazo total del sistema científico, rozando en algunos casos las teorías de la conspiración, utilizando el lenguaje de esta tradición crítica. En esta fase final de la pandemia, las vacunas y las dudas sobre su seguridad han supuesto un tema central, precisamente tratándose en muchos casos de sectores que ya tenían posiciones “antivacunas”. Frente a la vacunación, las propuestas apelan en general a reforzar el sistema inmunitario por métodos “naturales”: alimentación, sol, naturaleza, o preparados “milagrosos” como el dióxido de cloro y clorito de sodio (MMS).

Todo esto tiene lugar sobre el contexto general de la modernidad tardía, una de cuyas características es precisamente el riesgo derivado del desarrollo científico-tecnológico (Beck, 2002), debido a la reflexividad y la multiplicación de opciones, y a la falta de referentes (Giddens, 1996; Giddens, 1997), que deriva en el intento de control de las opciones de que disponemos, su fracaso continuo y la toma de conciencia de ese fracaso (Bauman, 1999). La crisis de la Covid-19 habría supuesto así una polarización de este contexto, en un doble sentido: por un lado, una cierta recuperación de confianza en las instituciones básicas de la modernidad, como la ciencia y el estado, al tiempo que, por otro, en algunos sectores se radicalizan las características de la modernidad tardía hacia un rechazo total.

## LAS TEORÍAS DE LA DOMINACIÓN

En segundo término, encontramos ciertos sectores de izquierda radical o incluso contraculturales, en los cuales el rechazo a las informaciones sobre la Covid-19 moviliza las lecturas de la teoría de la dominación. Se trata de formulaciones frecuentes en tales sectores sociopolíticos, que en el plano teórico incluso nos pueden remitir a Althusser o Adorno.

Trabajos como el de Heath y Potter ya habían sido críticos con estas conceptualizaciones de la dominación total por parte de sectores contraculturales, que incluso tenían reflejo en la cultura popular:

Matrix no pretende ser una representación de un dilema epistemológico. Es una metáfora de una idea política que tiene sus orígenes en la década de 1960. Parte de una idea que tuvo su máxima expresión en la obra de Guy Debord, el fundador no oficial de la Internacional Situacionista, y en la de su discípulo Jean Baudrillard. (...) Y precisamente de aquí surge la idea del bloqueo cultural. El activismo político tradicional es inútil. Equivale a intentar reformar las instituciones políticas incluidas en la trama de Matrix. ¿Qué sentido tendría? Lo que realmente tenemos que hacer es despertar a las personas, “desenchufarlas”, liberarlas de la tiranía del espectáculo. Para lograrlo tenemos que producir una disonancia cognitiva. Mediante actos simbólicos de resistencia, debemos sugerir que en el mundo hay cosas que no funcionan”. (Heath y Potter, 2005: 15, 17)

Es más, se ha llegado a plantear incluso hasta qué punto las concepciones y valores contraculturales –y su falta de diferenciación entre desviación y disensión– pudieron haber contribuido a un aumento de las acciones violentas (Heath y Potter,

2005: Larrinaga, 2016: Pinker, 2012). Cabría preguntarse en este caso también su influencia en algunas posiciones denominadas negacionistas.

En todo caso, a estas conceptualizaciones se suman también algunas de las consignas y críticas del movimiento antiglobalización al dominio de algunos organismos internacionales o grupos como Bilderberg. Todo ello se reformula en la idea de grupos de poder que todo lo controlan, para postular que el episodio de la Covid-19 responde sobre todo a un intento del conglomerado político-empresarial global, y sus agentes estatales, de imponer medidas autoritarias, cuando no una suerte de “dictadura sanitaria”, en la línea planteada inicialmente en el célebre artículo del filósofo italiano Giorgio Agambem “La invención de una epidemia” (Agambem *et al.*, 2020). Una “plandemia”.

La emocionalidad en este caso es, pues, la de la radicalidad crítica. Y se reprocha también a otros el haber olvidado estas posiciones al aceptar acríticamente las informaciones y, sobre todo, las medidas derivadas de la pandemia.

En el caso vasco, estos postulados tienen también una base social específica. Se trata de los sectores de la izquierda independentista descontentos con el cambio de estrategia tras el cese de la lucha armada, que mantienen esa emocionalidad de la radicalidad y algunos de los discursos que denunciaban la manipulación mediática y las “mentiras oficiales”.

## LA LIBERTAD ¿LIBERTARIA O NEOLIBERAL?

En tercer lugar, el rechazo a la información –y a las medidas de salud pública– sobre la Covid-19 ha entroncado también con algunos sectores libertarios. En estos casos, la libertad se ha exaltado como un valor absoluto, lanzada contra las medidas de salud pública y protección colectiva, y entendida en un sentido individualista que conecta en muchos aspectos con la antropología neoliberal.

No es la primera vez en la historia que se opera ese salto desde posiciones libertarias –o también contraculturales– hacia formulaciones cercanas al neoliberalismo, llevadas por una defensa absoluta del individuo y el rechazo irredento hacia lo público y el Estado. Especialmente en el contexto norteamericano, desde donde nos llegan muchas de estas reconstrucciones:

Algunos de los personajes que transitaban por el primer y segundo tiempo de la revolución cultural se vieron de pronto, a finales de los setenta, apoyando a partidos y personajes conservadores que habían hecho suyas la defensa del individuo y la desconfianza hacia el sector público y el Estado. Eldridge Cleaver se convirtió en mormón y se postuló al Senado como candidato del Partido Republicano en 1986, Jerry Rubin pasó de ser un yippie hedonista en los sesenta a un yuppie jaranista en los ochenta, Tom Wolfe hizo un retrato en primera persona de la contracultura estadounidense y luego se ufano de votar por George W. Bush, y William Burroughs, de seguir vivo, seguramente hubiera asentido sonriente al oír las arengas proarmamentistas y anti-Washington del Tea Party. (Granés, 2011: 287-288)

En cualquier caso, la tensión entre lo colectivo y la libertad individual, o sobre el papel del Estado, ha estado presente en los movimientos críticos, con distintas articulaciones, desde las primeras críticas al capitalismo, e incluso a la modernidad. En ese

sentido, Luc Boltanski y Ève Chiapello (2002) diseccionan estas formas históricas de la crítica distinguiendo lo que denominan crítica artística y crítica social. La primera alude a la libertad y al rechazo por toda forma de sometimiento en el tiempo y en el espacio, defendiendo la autonomía, autoorganización, creatividad, y la dirección de los propios asuntos. Por contra, “apoyándose en la moral y, a menudo, en una temática de inspiración cristiana, la crítica social rechaza, a veces con violencia, el inmoralismo o el neutralismo moral, el individualismo, inclusive el egoísmo o egotismo”, rechazando las desigualdades y abogando por la solidaridad (Boltanski y Chiapello, 2002: 86, 88, 89).

Recurriendo a fuentes ideológicas y emocionales diferentes, ambas críticas no resultan automáticamente compatibles y pueden, según las coyunturas históricas, verse asociadas o entrar en tensión. Y precisamente, con ocasión de la coyuntura de la Covid-19 esa tensión se ha acrecentado y radicalizado, de forma que se han articulado un polo colectivo-socialdemocrátata, en base a las políticas y medidas de salud pública, y uno libertario-liberal, con un rechazo en distintos grados a las mismas en nombre de la libertad individual.

## LA DERECHA ALTERNATIVA

En cuarto lugar, hay que mencionar sin duda a la derecha alternativa. Ha participado e impulsado las movilizaciones contra las medidas de salud pública en distintos países, desde Estados Unidos a Berlín, con protagonismo de sectores trumpistas o de partidos como AfD o el NPA.

Es cierto, con todo, que no tiene peso como tal en otros lugares como el contexto vasco. Aún así, plataformas vascas críticas con las medidas contra la Covid-19 invitaron a una conferencia en Oñati en abril de 2021 a la periodista Cristina Martín, autora de sendos libros sobre el club Bilderberg y de “La verdad de la pandemia: Quién ha sido y por qué”, y que califica a la pandemia como “una gran mentira”. La conferencia generó un notable revuelo al asociarse a la periodista con entornos próximos a la derecha alternativa.

De hecho, sí que la derecha alternativa alimenta activamente muchos de los bulos negacionistas desde sus canales y redes sociales. Informaciones que se difunden como “alternativa a la oficial” provienen en muchos casos de plataformas próximas a entornos como “Hazte oír”, o contienen algunos pasajes antiabortistas o anti-islamistas. Reseñable es también el especial rechazo hacia plataformas mediáticas como La Sexta o Newtral, o incluso las revistas científicas, al tiempo que el origen de la información no se considera relevante –o se disculpa con un “lo importante es lo que dice”– cuando se trata de plataformas próximas a la derecha alternativa.

Se trata en estos casos de una estrategia política deliberada de expansión de desconfianza generalizada. Los orígenes en muchos casos se remiten al contexto norteamericano y sus particulares guerras culturales y alianzas, que influyen en su génesis, caracterización, y mecanismos y redes de expansión.

## LA FATIGA PANDÉMICA

Finalmente, cabe añadir a algunos sectores afectados por las restricciones y la fatiga pandémica. En estos sectores, sin llegar a un negacionismo extremo, se

experimenta una creciente desconfianza. El argumentario en estos casos pivota sobre lo que se consideran incoherencias o injusticias derivadas de las medidas de salud pública, en base a las cuales se extiende la sombra de sospecha sobre las medidas e informaciones: “no nos lo están diciendo todo”, “nos engañan”, “no tienen ni idea” ...

## UN DIFÍCIL DIÁLOGO

La exigencia de un debate público entre lo que consideran las “dos comunidades científicas” suele ser una reivindicación común de todos estos sectores. Sin embargo, se rechaza que ese debate esté teniendo lugar a diario en los foros científicos habituales e institucionalizados, como los organismos relacionados con la salud pública (la propia OMS, los centros de control de enfermedades, las agencias del medicamento...), las revistas científicas (muchas de las cuales han tenido en abierto toda la información científica relacionada con la Covid-19), las universidades, centros de investigación, colegios profesionales...

Por contra, llevando al extremo las teorías de la dominación y los estudios críticos de la ciencia, se considera que todos esos foros están “contaminados” por la influencia de farmacéuticas, gobiernos, u organizaciones y personajes malditos (Soros o Bill Gates son dos clásicos, precisamente un judío y un conocido pro-abortista en USA). En algunos casos, aún más al extremo, se alude a que todos están “comprados” por su vinculación orgánica y salarial (“los sillones”). La acusación se extiende fácilmente a cualquiera que no asuma estas informaciones y teorías “alternativas”, a los que enseguida se califica de “comprados”, “acríticos”, “oficialistas”, “borregos” ....

En este sentido, la exigencia de debate público parece dirigirse especialmente a los grandes medios de comunicación, a los que también se considera cómplices de ese entramado de ocultación y manipulación, de bloqueo informativo, de ocultar otras opiniones “científicas”. Acusación que se lanza de forma más virulenta a los medios más progresistas.

Sin embargo, cuando se intenta el debate en redes sociales –terreno en el que suelen circular las informaciones de corte “negacionista”– es bastante frecuente que el mismo pase rápidamente a los insultos antes mencionados, continúe en amenazas de corte casi milenarista (“este teatro va a caer y vendrá un nuevo juicio de Nuremberg”) y acabe directamente en bloqueos. Lo que no dejan de ser dinámicas propias de postverdad en la vertiente más extrema. Incluso en el plano más personal, con gente conocida, el diálogo se hace tremendamente difícil, cuando no imposible; el abismo entre paradigmas resulta inconmensurable.

## EL CONTEXTO GENERAL: LA SOCIEDAD FRAGMENTADA

En cualquier caso, todo ello ha de situarse e interpretarse como una intensificación de las consecuencias de las rupturas sociales, temporales y socioculturales operadas por el capitalismo tardío en las últimas décadas, y que ya afloraban con anterioridad (Del Amo & Letamendia, 2020). De hecho, el capitalismo tardío y la globalización neoliberal han erosionado muchas de las instituciones sociales que han organizado la vida social y política de las sociedades occidentales a partir de la segunda mitad del siglo veinte. Estas transformaciones, catalizadas por las tecnologías digitales, han cristalizado y estallado públicamente en las movilizaciones



postcrisis de la segunda década del siglo veintiuno, en lo que también supuso su contestación, en muchos casos espontánea.

Así, en primer término, una ruptura de tipo socioeconómico, con una creciente precarización de las condiciones laborales y vitales, fragmentando las estructuras y experiencias de relación estables del mundo social del trabajo. En el ciclo de movilización de la década de 2010 ésto se expresó al tiempo en la reemergencia de una crítica social material, en movilizaciones explosivas como el 15M, Syntagma o los distintos *Occupy*. O incluso en nuevos partidos políticos, algunos de los cuales, como Podemos en España o el Movimiento 5 Estrellas en Italia ocupaban responsabilidades de gobierno en el inicio de la pandemia. Pero quedaba, al tiempo, la experiencia de la dificultad de los cambios en profundidad.

Al tiempo, esta creciente fragmentación tiene también una expresión más de fondo, en segundo lugar, en una transformación en la dimensión temporal. El contexto de participación y movilización derivado del periodo fordista se basaba en la existencia de vínculos sociales, relacionales, afectivos y solidaridades estables (en el mundo del trabajo, en los barrios) que podían mantenerse en el tiempo. Sin embargo, la creciente precarización y fragmentación de las estructuras de experiencia supone también la compresión de la perspectiva temporal: cada vez resulta más difícil pensar en el largo plazo.

La compresión espacio temporal operada por el capitalismo (Harvey, 2008), intensificada por las nuevas tecnologías, nos hace experimentar los sucesos de forma cada vez más simultánea e inmediata, pero al tiempo efímera. Y nos dificulta visualizar horizontes alternativos de futuro, o alguno que no sea directamente el del colapso (Garcés, 2020).

Es más, al tiempo ello incide en una fragmentación sociocultural, fruto de las lógicas postmodernas de este capitalismo tardío (Jameson, 1998). Una lógica cultural hegemónica en la que la diferencia se impone progresivamente como garantía de legitimidad, “que celebra la diferencia, lo efímero, el espectáculo, la moda y la mercantilización de las formas culturales” (Harvey, 2008: 180).

Asistimos así a un progresivo dismantelamiento y debilitamiento de los dos grandes mecanismos forjadores de identidades fuertes de la modernidad, el Estado-nación y la clase económica articulada en torno al mundo del trabajo, produciendo una fragmentación en identidades múltiples, débiles, líquidas (Bauman, 1999). Al tiempo, la erosión de los asideros que proporcionan sentido a las personas genera incertidumbre “con respecto al valor atribuible a los dispositivos y convenciones que regulaban el viejo mundo (las relaciones familiares, los títulos académicos, la obtención de un contrato de trabajo, las categorías socioprofesionales, etc.)” (Boltanski & Chiapello, 2002: 530-531).

Todo esto genera problemas de construcción de subjetividades estables. Y como recuerda César Rendueles (2013: 142):

La mayoría de nosotros –básicamente, todos menos los economistas– tenemos serias dificultades para vivir sumidos en un continuo intercambio competitivo, sentirnos satisfechos en un entorno con profundas desigualdades

sociales, orientarnos socialmente sin lazos personales estables, o superar profundos sesgos de irracionalidad que afectan a nuestras decisiones.

El cosmopolitismo global se mezcla así con la multiplicidad de identidades, con el individualismo, y con un anhelo de comunidad y seguridad. Manuel Castells (2009: 90) apunta a la dimensión cultural resultante de todas estas transformaciones y sus consecuencias:

Puede comprenderse en el punto de intersección de dos pares de tendencias contrapuestas (aunque no incompatibles): el desarrollo paralelo de una cultura global y de múltiples culturas identitarias; y el ascenso simultáneo del individualismo y el comunalismo como dos modelos culturales opuestos, aunque igualmente poderosos, que caracterizan nuestro mundo. La capacidad o incapacidad para crear protocolos de comunicación entre estos marcos culturales contradictorios define la posibilidad de comunicación o mala comunicación entre los sujetos de los distintos procesos de comunicación.

Esta fragmentación y sensación de inseguridad e incertidumbre ha sido caracterizada por algunas autoras (Esteban, 2015) como “crisis de presencia”: aquel momento en el que la capacidad del sujeto para actuar sobre el mundo con voluntad propia se ve dramáticamente mermada y son las personas las que son actuadas por el mundo. Una situación que indudablemente un fenómeno como una pandemia contribuye a intensificar.

De hecho, el ciclo de movilización previo, de la década de 2010, había mostrado ya cómo todas estas rupturas derivaban en articulaciones contradictorias y explosivas (Del Amo & Letamendia, 2020). Articulaciones que trataban de aunar un anhelo de construcciones en común, de comunidad, y las dificultades estructurales para conseguirlas. En sentidos ideológicos distintos, e incluso opuestos. Y que derivaban en manifestaciones de desconfianza general respecto a las instituciones y mecanismos de participación heredados del periodo anterior, en discursos anti-stablishment: “no nos representan” se entonaba, desde distintas posiciones políticas.

Pero todo ello sucedía principalmente en las plazas, de forma tan explosiva como efímera, espasmódica. En la recuperación del contacto y la comunicación interpersonal. La ocupación de plazas y lugares públicos materializaba así la idea de comunidad mediante la restitución –temporal– de la experiencia compartida; una experiencia temporal concebida a través de un enorme espasmo popular que ha de ser lo suficientemente potente como para trascender su naturaleza efímera. Las intensas contradicciones temporales –la voluntad de trascender mediante un gran evento el corto plazo que posibilita el espasmo colectivo– y sociales –la voluntad de restituir los lazos comunitarios directos que el capitalismo tardío y los propios medios digitales diluyen– marcan así su surgimiento y devenir (Del Amo & Letamendia, 2020).

Sin embargo, la pandemia nos sume en un escenario de confinamiento tecnológico y de limitación de la interacción social. Y aunque es cierto que internet y las nuevas tecnologías habían permitido inicialmente escapar de la jaula de hierro de la burocracia política, incluyendo los medios de comunicación de masas (Castells, 2009), también son el lugar de difusión de bulos y postverdad, y en los que el anhelo de comunidad se construye virtualmente de forma cerrada y endogámica,



ayudado por los propios algoritmos de las redes sociales. Y como recuerda Rendueles (2013: 91):

El secreto de esta cibernsialidad es, como en el caso de la cordialidad comercial de Montesquieu, la deflación de nuestras expectativas. En realidad, las herramientas 2.0 no han resuelto el problema de la fragilización del vínculo social en la modernidad o de la fragmentación de la personalidad postmoderna, más bien lo han hecho más opaco mediante la difusión de prótesis sociales informáticas. Del mismo modo, la administración masiva de psicofármacos no acabó con la experiencia de la alineación industrial, solo la hizo menos conflictiva. Las tecnologías de la comunicación han generado una realidad social disminuida, no aumentada. Por primera vez la cultura de masas es algo más que una metáfora. Internet no ha mejorado nuestra socialidad en un entorno postcomunitario, sencillamente ha rebajado nuestras expectativas respecto al vínculo social.

## CONCLUSIONES

Veníamos de una dinámica general de creciente fragmentación social, cultural y de compresión-espacio temporal. De erosión de las grandes instituciones de la modernidad: el Estado, la ciencia, la clase social articulada en torno al trabajo.

La crisis financiera y el ciclo de protesta de la década de 2010 lo intensificó, ahondando en una crisis de presencia, de incertidumbre y colapso de expectativas de futuro. Se manifestó en expresiones de protesta contra las élites nacionales y globales, contra los recortes y la austeridad, y en anhelos de seguridad y de comunidad. También muchas veces fragmentarias, tan explosivas como efímeras. Y en sentidos ideológicos diversos.

La pandemia, en primer lugar, viene así a cerrar el ciclo anterior. E indudablemente supone diferencias, pero también continuidades. Entre estas últimas, supone una indudable intensificación de la compresión espacio temporal. Por primera vez, apuntaba Santiago Alba Rico (2020) al comienzo, a todos nos pasaba lo mismo y al mismo tiempo, lo que incluso lo dotaba de una sensación de irrealidad. Zizek incluso vaticinaba la expansión de la idea de lo común, del comunismo (Agamben *et al.*, 2020). Aquello duró lo que duran dos peces de hielo en un whisky on the rocks, que cantase Sabina.

El curso de la pandemia ha intensificado también esas dinámicas anteriores en unos casos, o remitido en otros. Así, puede observarse una escisión radical en dos discursos principales que movilizan valores y bases sociales no necesariamente tan separadas. Y un fenómeno común, la intensificación con la pandemia de la crisis de presencia, a la que ofrecen distintas respuestas.

De un lado, el protagonismo renovado de los discursos científicos, junto a unas políticas de los Estados que, abandonando el ciclo de austeridad, han apelado a los imaginarios de salud pública y protecciones sociales, parece haber recuperado, al menos momentáneamente, la confianza de algunos sectores en las grandes instituciones modernas como el Estado y la Ciencia, o incluso en los grandes medios de comunicación. La profundización de la incertidumbre habría devuelto la mirada en este caso a las instituciones modernas –quizás muy acriticamente– en las esperanzas de “que nos saquen de ésta”.

De otro, esas posiciones que se han catalogado como “negacionistas” o “conspiranoicas”, con un rechazo visceral a las informaciones que derivaban de las instituciones de la modernidad. La desconfianza, que venía labrándose anteriormente, y que en el periodo anterior se había plasmado en discurso anti-élites, deviene en rechazo total y de todo, a veces incluso de los hechos. Es cierto que en muchos casos la información “alternativa” que se comparte en estos sectores es similar –y falsable– y remite a a fuentes y canales próximos a la derecha alternativa. No es, en todo caso, el objeto de este texto profundizar en eso, sino que lo que ha pretendido analizar son los discursos, valores y bases sociales movilizados, que en este caso no son tan uniformes. De hecho, dentro de ese magma “negacionista” pueden distinguirse distintos tipos ideales, cuyas bases sociales e ideológicas hemos intentado caracterizar y contextualizar.

En cualquier caso, finalizando –esperemos– el episodio pandémico, disponemos de una evaluación cuantitativa bastante aproximada respecto a la incidencia social de estos dos grandes discursos y actitudes de recuperada confianza o desconfianza radical. Puesto que la vacuna se ha convertido en un importante tema de batalla, los datos son contundentes en el Estado español. Si la pandemia era un oscuro plan, alguien estará diciendo aquello de “me encanta que los planes salgan bien”.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agamben, Giorgio, Slavoj Žižek, Jean Luc Nancy, Franco “Bifo” Berardi, Santiago López Petit, Judith Butler, Alain Badiou, David Harvey, Byung-Chul Han, Raúl Zibechi, María Galindo, Markus Gabriel, Gustavo Yañez González, Patricia Manrique & Paul B. Preciado (2020). *Sopa de Wuhan. Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemias*. ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio).
- Alba Rico, Santiago (2020, 17 de marzo). ¿Esto nos está pasando realmente? *elDiario.es* [https://www.eldiario.es/opinion/tribuna-abierta/pasando-realmente\\_129\\_1001869.html](https://www.eldiario.es/opinion/tribuna-abierta/pasando-realmente_129_1001869.html).
- Alonso, Luis Enrique (2013). La sociohermenéutica como programa de investigación en sociología. *ARBOR, Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 189 (761), 189-761. DOI: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2013.761n3003>.
- Bauman, Zigmund. (1999). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, Ulrich. (2002). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Bizkarra, Karmelo (2004). *La enfermedad: ¿qué es y para qué sirve?* Barcelona: Ediciones Obelisco.
- Boltanski, Luc & Ève Chiapello (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Del Amo, Ion Andoni & Arkaitz Letamendia (2020). Las transformaciones postcrisis. Movilizaciones espasmódicas y ‘gran evento’. *Foro Interno. Anuario de teoría política*, 20, 51-63. DOI: <https://doi.org/10.5209/foin.71843>.

- Esteban, Mari Luz (2015). La reformulación de la política, el activismo y la etnografía. Esbozo de una antropología somática y vulnerable. *Ankulegi Revista de Antropología Social*, 19 (2015), 75-93.
- Garcés, Marina (2020). *Escuela de aprendices*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Granés, Carlos (2011). *El puño invisible. Arte, revolución y un siglo de cambios culturales*. Madrid: Santillana.
- Giddens, Anthony (1996). Modernidad y autoidentidad. En J. J. Beriain (Ed.), *Las consecuencias perversas de la modernidad* (pp. 33-72). Barcelona: Anthropos.
- Giddens, Anthony (1997). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Harvey, David (2008). *La condición de la postmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires y Madrid: Amorrortu.
- Heath, Joseph & Potter, Andrew (2005). *Rebelarse vende: el negocio de la contracultura*. Madrid: Santillana.
- Irwin, Alan (2002). Riesgo, medio ambiente y conocimientos medioambientales. En M. Redclift y G. Woodgate (Eds.), *Sociología del medio ambiente. Una perspectiva internacional* (pp. 63-76). Madrid: McGraw-Hill.
- Jameson, Fredic (1998). *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta.
- Kirsch, Stuart (2014). *Mining capitalism: The relationship between corporations and their critics*. Oakland: University of California Press.
- Larrinaga, josu (2016). *Euskal musika kosmikoak. Euskal musika popularra gizartearen isla eta aldatzailea*. Mungia: Baga-Biga.
- Latour, Bruno (1999). *Pandora's Hope Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge: Harvard University Press.
- Latour, Bruno (2007). *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*. Madrid: Siglo XXI.
- Law, John (2004). *After Method: Mess in Social Science Research*. London: Routledge.
- Law, John (2011). What's wrong with a one-world world? *HeterogeneitiesDOTnet*. [En línea] <http://www.heterogeneities.net/publications/Law2011WhatsWrongWithAOneWorldWorld.pdf>.
- Martín, Cristina (2018). *Los amos del mundo están al acecho. Bilderberg y otros poderes ocultos*. Barcelona: Planeta.
- Martín, Cristina (2020). *La verdad de la pandemia: Quién ha sido y por qué*. Barcelona: Planeta.
- Martínez-Alier, Joan (2009). *El Ecologismo de los Pobres. Conflictos Ambientales y Lenguajes de Valoración*. Barcelona: Icaria.
- Orbegozo Terradillos, Julen, Ion Andoni del Amo Castro, y Enara Zarrabeitia Bilbao (2020). El movimiento antifracking en tierras vascas: relato, movilización y disputa de la evidencia científica. *Revista de Paz y Conflictos*, 13(1), 203-232. DOI: <https://doi.org/10.30827/revpaz.v13i1.15189>.

- Palomar, Antonio (2004). *La despensa de Hipócrates. Los poderes curativos de los alimentos*. Tafalla: Txalaparta.
- Palomar, Antonio (2014). *Alimentación inteligente, cocina saludable*. Tafalla: Txalaparta.
- Pinker, Steven (2012). *Los ángeles que llevamos dentro. El declive de la violencia y sus implicaciones*. Barcelona: Paidós.
- Rendueles, César (2013). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitán Swing.
- Sánchez Vázquez, Luis (2019). ¿Ciencia de resistencia? Monitoreos ambientales participativos en contextos de conflicto ambiental. Reflexiones desde una mirada decolonial. *Revista de Paz y Conflictos*, 12 (2), 57-79. DOI: <https://doi.org/10.30827/revpaz.v12i2.10399>.
- Yearley, Steven (2002). Ciencia y medio ambiente. En M. Redclift y G. Woodgate (Eds.), *Sociología del medio ambiente. Una perspectiva internacional* (pp. 235-246). Madrid: McGraw-Hill.



Médias sociaux et infox en situation  
de pandémie  
Social media and fake news in a  
pandemic situation  
Redes sociales y fake news en situación  
de pandemia

PHILIPPE VIALLO

*Université de Strasbourg, France  
viallon@unistra.fr*

CÉCILE DOLBEAU-BANDIN

*Université de Caen, France  
cecile.dolbeau@gmail.com*

JÉRÉMY PICOT

*Universités de Strasbourg et de Caen, France  
jeremy.picot@unicaen.fr*

### Résumé

La pandémie de la Covid 19 a constitué un phénomène mondial majeur qui a eu dans les domaines sanitaire, politique, économique et sociale des conséquences fortes. Mais la crise sanitaire s'est également doublée d'une crise communicationnelle tout aussi puissante: profitant d'un nouveau support, les médias sociaux, elle a généré en parallèle une crise informationnelle caractérisée par une sur-abondance d'informations contradictoires et par un fort développement de théories scientifiques et complotistes dans lesquelles les citoyen.nes avaient bien du mal à décerner le vrai du faux. Cet article analyse quelques aspects de cette infodémie.

**Mots clés:** infodémie, pandémie, communication, médias sociaux, information.

## MÉDIAS SOCIAUX ET INFOX EN SITUATION DE PANDÉMIE

Si les médias sociaux sont souvent associés à des aspects négatifs (temps excessif qui leur est consacré, dépendance psychologique qu'ils engendrent chez certains individus, données personnelles qu'ils capturent sans consentement, ...), une mise en perspective dans l'histoire des médias montre qu'ils ont contribué à une très large démocratisation de la communication en général et de la prise de parole des individus en particulier. Sans oublier les différentes formes de fracture numérique qui peuvent subsister, par exemple dans les pays du nord entre les générations, dans la relation nord-sud ou dans les pays du sud entre les hommes et les femmes (Unesco 2020), on peut affirmer que jamais les individus n'ont eu autant de possibilités de recevoir des informations ou d'en partager. Car il s'agit d'une double possibilité offerte à ceux et celles qui vivent dans un environnement politique où règne un minimum de démocratie. Ils et elles ont accès à une masse d'informations qui n'a pas d'égal dans l'histoire de l'humanité, cette masse n'étant pas obligatoirement synonyme de qualité. La principale explication de cette masse est à chercher dans la deuxième possibilité: chacun et chacune peut publier des informations, mais là encore la quantité ne signifie pas la qualité. Les chiffres montrent que les internautes ne se privent pas de cette possibilité: 500 heures de vidéo sont déposées chaque minute sur Youtube, Facebook revendique 1,3 milliards de comptes actifs, plus de 500 millions de tweets sont échangés chaque jour. Cette prolifération a des conséquences antinomiques que la recherche a déjà bien mises à jour (Rouvroy/Stiegler 2015, Cardon 2015): d'une part la disponibilité quasi infinie de savoirs savants et profanes en tout genre et la possibilité d'entrer en contact avec des personnes connues ou pas pour un coût très faible transforment les internautes en des individus «augmentés» (Oliveri 2016) d'autre part, ces mêmes individus sont exposés par ces médias sociaux à des risques de désinformation et à des dangers multiples comme le cyberharcèlement, la radicalisation, les intentions criminelles,...

L'objectif de cet article est de comprendre, à partir d'une analyse de la nouvelle donne introduite par les médias sociaux qui ne remplacent ni la communication *face to face*, ni les médias traditionnels, le changement des lignes de front et donc les stratégies des différents acteurs. Comme terrain d'application, il envisagera la pandémie qui a eu une sorte de deuxième vie sur les réseaux, l'infodémie. Dans un premier temps le lien entre la rumeur, qui prolifère depuis des siècles et l'infox, fille de la modernité et du numérique sera tissé (Viallon/Trestini 2019; Viallon/Gardère 2020). Cela permettra de rappeler les nombreux concepts (rumeur, désinformation, mésinformation (Wardle 2017), *fake news*, infox, infodémie, infodémiologie, ...) (Kammerer 2018, Kalsnes 2018). Dans la seconde partie, des exemples pris dans le domaine de la crise sanitaire liée au Covid-19 seront présentés pour illustrer les grandes tendances qui auront été décrites auparavant. Si ce n'est pas la pandémie qui a créé l'infox, elle a poussé le phénomène à son paroxysme au point qu'un nom a été inventé par l'OMS, l'infodémie.

## LE LIEN ENTRE RUMEUR ET MÉDIAS SOCIAUX

Fama chez les Romains ou PHEME chez les Grecs était une déesse qui avait deux trompettes, l'une pour les ragots, l'autre pour la renommée. On voit dans cette présentation toute l'ambivalence de toute information et on comprend pourquoi la

*doxa* affirme que la rumeur, que Morin (1969) a bien décrit avec son cycle incubation-propagation et métastase, est le plus vieux média du monde. Les chercheurs (Taieb 2001, Paillard 1990) ont relevé quatre caractéristiques de la rumeur: son adaptabilité, sa tendance stigmatisante, son terrain de danger immédiat et sa dimension rationalisante d'un événement exceptionnel et traumatique. Toutes les conditions étaient donc réunies pour que l'épidémie de Covid 19 se suscite de très nombreuses rumeurs. Face à l'inconnu, l'illusion du savoir, le dogme, même sans aucune base logique ou scientifique, devaient rassurer. La dissonance cognitive pouvait marcher à plein: plus les discours rationnels essayaient de la combattre, plus c'était la preuve de la validité de la construction du système explicatif.

Avec les médias sociaux, on est passé du bouche à oreille à des *posts* sur facebook ou Twitter, d'un réseau limité de quelques personnes connues à un réseau potentiellement mondial d'individus inconnus (Travers/Milgram 1969, Bassoni/Lesourd 2018). On assiste à la montée en puissance de personnes, des influenceurs et influenceuses qui acquièrent rapidement une forte notoriété sur les sujets les plus divers. Ils sont créés et soutenus par l'économie des réseaux et des plateformes qui favorise la propagation de l'information, quelle que soit sa nature, par la priorité que les opérateurs du web et leurs algorithmes donne à la masse, source de recettes publicitaires.

À côté de cette dimension sociale, de nombreux acteurs ont vu dans l'infox une manière d'atteindre leurs objectifs, que ce soit pour faire avancer leurs idées, décrédibiliser leurs opposants ou tout simplement accroître leur présence médiatique. Dans les domaines politiques, économiques, industriels ou financiers, l'infox est devenue un outil parmi d'autres et son usage qui semble se répandre n'est pas sans poser des questions d'éthique, quand dans des pays démocratiques des hommes politiques ou des médias qui ont pignon sur rue diffusent volontairement des infox (Nardon 2017, Holzem 2019). Des études (Allard-Huwer 2019, Berriche 2020) montrent que moins la tradition démocratique est implantée dans un pays, plus il est sensible aux infox. De la même manière, une meilleure éducation protège plus des infox.

Mais pour comprendre l'origine du phénomène il faut sans doute revenir aux individus qui sont les petits soldats de l'infox et à leur psychologie (Huguet et alii 2020). Nous soutenons la thèse que la création d'une infox, sa propagation, voire la simple adhésion à l'information qu'elle véhicule, est souvent l'expression d'un mal être des individus, celui des «petits» qui ont l'impression que le monde les disqualifie (Paugam 2004), les méprise (Frau-Meigs 2018) ou leur fait peur (Huygues 2019), des «plus grands» qui croient à tort ou à raison que leurs pairs ne leur donnent pas la considération qu'ils méritent, ou celui des «illuminés» qui, ne comprenant pas le monde qui les entoure, ont trouvé une explication très personnelle en construisant un autre monde qu'ils veulent faire partager aux autres. Bien entendu, cela n'exclut pas la catégorie des manipulateurs qui dans toutes ces catégories vont exploiter ce mal être.

Comment expliquer le cheminement de l'infox, proposition d'un équivalent français à *fake news* fait par l'Académie la Commission d'enrichissement de la langue française? C'est la croyance (Doueïhi 2018) qui en est le moteur. Elle se fonde sur un jeu subtil entre vérité, véridicité, science, scientificité, probabilité, possibilité, logique et pseudo-logique, mais aussi humour, acceptabilité, culture sociale, formation,



valorisation de l'individu... (Morin 1969, Bronner 2011). Même s'il est difficile d'analyser le cheminement d'une infox et encore plus complexe de la prévoir (heureusement sans doute!) les recherches (Cardon 2019, Berriche 2020 Romeyer 2020, Giry 2021) arrivent à expliquer pourquoi parmi toutes celles qui sont lancées certaines connaissent un vrai succès (Kucharsky 2021). De la même manière, on peut s'interroger sur leur pouvoir réel (Jacobs et alii 2019, Cardon 2019).

La différence entre désinformation et mésinformation mérite d'être soulignée. Dans le premier cas, il s'agit d'une volonté délibérée de faire circuler une fausse information avec un objectif comme créer un climat de peur ou nuire à l'adversaire politique, .... Dans le deuxième, il n'y a pas d'intention claire; la démarche en dit souvent plus sur les sentiments de la personne qui diffuse cette mésinformation que sur une volonté délibérée d'un effet. L'infodémie pour sa part est un mot valise proposé par l'OMS et concerne la sur information en temps de pandémie. L'objet a pris une telle ampleur que l'OMS a même créé une science interdisciplinaire qui vise à comprendre le phénomène dans toute sa complexité, c'est l'infodémiologie.

Mais une des questions majeures reste: comment les états démocratiques doivent réagir face à ce développement des infox? Nous défendons la thèse avec d'autres chercheurs (Klein 2018, Bigot 2021, Bonfils et alii 2020, Jaubert-Michel/Dolbeau-Bandin 2020), que dans le cadre de l'éducation aux médias et à l'information (EMI), les programmes scolaires doivent traiter la question pour former des citoyens aptes à résister aux infox (voir *supra*), que ce soit au niveau de l'écriture, de l'image ou tout simplement de la compréhension du raisonnement utilisé. Par ailleurs, les médias traditionnels ont une relation ambiguë vis-à-vis de l'infox. À la fois elle est une concurrence forte, un nombre croissant d'individus ne lisent plus le journal, n'écoutent plus la radio ou ne regarde plus la télévision, ils restent dans une bulle informationnelle très fermée (Pariser 2011) une chambre des échos (Brin et alii 2021), mais ces mêmes médias restent très intéressés par des nouvelles qui font monter leur audience et assurent leur avenir économique. Si certains se font un devoir de les contrer (AFP factchecking, Les décodeurs du Monde, RSF, ...) (Deloïre 2018), d'autres se transforment en relais complaisants d'informations volontairement biaisées. Quelle place l'IA pourrait avoir dans la création et la diffusion de *fake news* d'une part (Marineau 2020) et dans leur détection d'autre part (Perez-Rosas et alii 2017)?

## LE TERRAIN

Pour la partie analyse, nous nous basons sur un travail réalisé par nous-même et Elsa Jaubert Michel (Jaubert-Michel/Dolbeau-Bandin 2020). La méthodologie s'est appuyée sur l'observation des principaux médias sociaux (facebook, Twitter, Snapchat, Twitter, YouTube, Whatsapp), chaînes de SMS, de blogs et sites d'informations vecteurs d'infox en identifiant les thèmes clés relatifs à la notion d'infox. Le corpus repose sur une période allant du 6 février jusqu'au 30 mars 2020. Il a été constaté que l'origine des infox n'est pas explicitée, n'est pas validée par une institution, diffusée et relayée le plus souvent par les comptes personnels d'anonymes. Les infox sont constituées de courts billets, de graphiques, d'images fixes détournés voire photo-montées «sans contexte précis (date, lieu...)» et de vidéos. L'analyse des données recueillies permet de classer ces infox en sept catégories principales:

1. Origines de la Covid-19: *«C'est bizarre pour une nouvelle maladie c'est écrit sur les flacons de désinfectant et après il dit qu'il n'a pas de remède alors que le flacon date de 2018.»*, *«Le virus trouverait-elle en réalité son origine aux États-Unis?»*, *«Le coronavirus serait le fruit du développement de la 5G»*;
2. Transmission de la COVID-19: *«Les colis ou lettres venant de Chine peuvent être porteurs?»*, *«On peut être infecté par des fluides sexuels.»*, *«Quarantaine J4: Mon daron commence à laver les fruits et légumes avec de la javel.»*;
3. Prévention de la COVID-19: *«Retenir sa respiration pendant 10 secondes permet de savoir si l'on est infecté par le coronavirus?»*, *«Pour ceux qui le peuvent, il est important de s'exposer le plus possible au soleil en accord avec vos conditions climatiques actuelles.»*;
4. Traitement de la COVID-19: *«Bonne nouvelle, le virus corona de Wuhan peut être guéri par un bol d'eau d'ail fraîchement bouilli. Un vieux docteur chinois a prouvé son efficacité»*;
5. Stigmatisation liée à la COVID-19: *«Un jeune camourais, étudiant en Chine atteint du coronavirus est sorti guéri ce matin. Les médecins chinois confirment qu'il est retsé en vie grâce à sa peau noire, il semblerait qu'un noir soit 3 fois plus puissant et résistant qu'un blanc.»*;
6. Confinement lié à la COVID-19: *«Une pénurie alimentaire dans 3 mois, quel qu'un confirme. Merci!»*, *«L'attestation de sortie via son smartphone est valable.»*, *«L'intégralité des cours manqués à cause du Covid-19 sera donc rattrapé pendant les vacances d'été.»*;
7. Politisation du discours liée à la Covid-19: *«La CIA empoisonne le monde.»*, *«Le coronavirus aurait été mis au point par les juifs... parce que la pandémie profiterait aux banquiers.»*, *«Bill Gates est un agent infectieux, missionné par la CIA pour affaiblir la Chine et la faire passer pour un pays d'arriérés.»*, *«Le gouvernement propagerait le virus grâce «aux antennes 5G» et «aux compteurs Linky» dans le but d'éradiquer la révolte des gilets jaunes»*.

Les catégories relèvent souvent d'informations hydroponiques sorties de leur contexte, de généralisations, de bavardages (Cardon, 2019) hâtifs ou/et d'interprétations subjectives présentées comme des faits. Ici, l'émotion prédomine sur la réflexion dans ce contexte inédit si incertain et anxiogène (Jaubert-Michel/Dolbeau-Bandin 2020). Et parfois, leur message recherche un bouc-émissaire (Morin 1969).

Le septième thème relève de *«l'intention de nuire volontairement»*. C'est une tentative de désinformation intentionnelle et collective où un individu parle au nom d'un *«groupe clairement identifié et maîtrise les «nouvelles technologies et la communication numérique»*. Cet individu utilise un ton assuré et convaincant en se basant sur des documents et des études officiels hors-sol. En conclusion nos propos rejoignent ceux de Tristan Mendès-France, ces sept catégories ont un point commun: *«les témoignages individuels pèsent parfois plus lourd que les discours d'expertise»* (Mendès-France 2020) ou qu'une *«démonstration argumentée»* (Merzeau, 2017).

Cette rapide recherche rejoint celle de Angeliki Monnier. Cette chercheuse appréhende la désinformation et la Covid-19. Son corpus repose sur une centaine de

publications (annonces et rapports), en français et en anglais, émanant d'organismes de *fact-checking*, des synthèses et des mises à jour émises par des instituts de recherche, des instances institutionnelles et divers médias nationaux et internationaux, pendant cette période. En considérant les infox en tant qu'actes de langage, cette chercheuse française propose trois catégories: une forte politisation de l'échange informationnel (théories complotistes...) et les clivages, politiques et idéologiques, la consolidation de la pratique du *fact-checking* et l'engagement de certains médias sociaux qui assume leur rôle et responsabilité d'éditeurs de contenu. Elle conclut ainsi à la nécessité d'un «écosystème informationnel davantage réglementé» (Monnier 2021).

Il est clair que nous assistons bien à la mise en place d'une infodémie rapide mais avec un impact relatif sur la réception en France. Afin d'obtenir des éléments de comparaison, il serait intéressant d'étudier le même phénomène dans d'autres pays. Une première réponse est proposée au travers d'un rapport produit par une équipe de recherche québécoise intitulé *Portrait d'une infodémie: Retour sur la première vague de COVID-19*. Il repose sur une veille documentaire (500 textes ont été analysés, publiés entre mars et septembre 2020) et neuf entretiens réalisés auprès d'experts. Les principaux résultats montrent que les scientifiques et experts peuvent jouer un rôle important dans la communication publique en alimentant involontairement et à des degrés divers l'infodémie. C'est notamment leur manque de maîtrise des outils de communication numérique et des stratégies communicationnelles, associé à la nouveauté et à la soudaineté des défis soulevés par la pandémie qui alimente un phénomène de défiance et de scepticisme à l'égard des pouvoirs politiques et des autorités scientifiques qui s'est concentré autour de la pandémie mais qui faisait débat déjà bien avant son début. Certains états ont également alimenté les efforts des conspirationnistes en instrumentalisant la COVID-19 au service de leur travail de sape de la confiance envers les autorités publiques et les services de santé afin de semer le chaos et de déstabiliser les régimes occidentaux.

Toujours selon cette étude, un débat existe autour de la place des scientifiques dans la communication autour de la pandémie. Pour certains, leur expertise permet de légitimer leur intervention sur des domaines dont ils ne sont pas spécialistes alors que pour d'autre, leur rôle devrait se limiter à communiquer uniquement autour des sujets pour lesquels leurs travaux sont reconnus. Par ailleurs, la publication de nombreux articles scientifiques en libre accès, notamment de prépublications, a permis d'éclairer les décisions de gouvernements. Cependant, ces travaux, non encore évalués, nuancés et confirmés par les pairs des leurs auteurs ont également eu des conséquences néfastes au niveau économique, financier, politique mais aussi sur la santé du public. Il est donc indispensable de communiquer également sur la valeur scientifique de travaux provisoires en insistant sur le caractère parcellaire voire potentiellement erroné des informations diffusées par les scientifiques. À ce propos, leur présence sur les réseaux sociaux et l'utilisation qu'ils en font ne sont pas sans poser question non plus. Cependant, les plateformes numériques ont été le lieu d'échanges et de discussions entre les scientifiques sur des aspects très variés de la COVID-19. Cela a permis l'accélération de la diffusion de la connaissance et des découvertes sur lesquelles se sont appuyés d'autres travaux de chercheurs.

Afin de lutter contre la désinformation, plusieurs états ont tenté de trouver des instruments de politiques publiques voire législatifs. Les attentions se sont portées sur la régulation des plateformes, le soutien au journalisme local, l'éducation aux médias et à l'information. Cependant, pour Bechmann (2020), bien que des avancées aient pu être constatées, les réflexions engagées et les mesures prises se concentrent encore trop sur les contenus diffusés et pas assez sur les enjeux d'infrastructure médiatique. Dans plusieurs pays, ces mesures ont d'ailleurs entraîné un recul de la liberté d'expression et du droit à l'information relevé par l'UNESCO (2020). Par conséquent, il semble important de souligner que s'il est indéniable que les gouvernements doivent contrer l'infodémie, ils doivent le faire dans le respect des droits fondamentaux.

Les organisations supranationales, Organisation Mondiale de la Santé (OMS) en tête, ont également un rôle essentiel à jouer dans la lutte contre l'infodémie. Elles sont ainsi un moteur de l'action publique en incitant les dirigeants politiques à s'emparer du sujet dans le respect des droits individuels mais aussi en participant à l'éducation aux médias. Elles exercent également une influence sur les entreprises (notamment en termes d'accès à l'information; l'Organisation des Nations Unies a par exemple demandé aux entreprises de télécommunication de rejoindre par SMS les populations qui n'ont pas accès à internet) ainsi que sur les médias et les journalistes. Ces organisations se sont également emparées du sujet de l'éducation à l'information et aux médias en publiant des supports et ressources destinés à la lutte contre la désinformation.

Les médias traditionnels, pour lesquels un regain d'activité et de confiance a été constaté au début de la pandémie, ont joué un rôle certain dans la lutte contre l'infodémie, à la fois en diffusant des informations fiables et en déconstruisant un certain nombre de fausses vérités mais également en participant à la formation des citoyens à l'information et aux médias. Paradoxalement, ils ont participé à la diffusion des consignes sanitaires et à el traque des fausses informations mais ils ont contribué dans le même temps à la diffusion d'informations partiellement erronées voire fausses, par le traitement parfois prématuré et souvent mal maîtrisé de données scientifiques.

Cette dualité se retrouve dans les usages des médias sociaux. Elle s'y est même retrouvée accentuée par l'absence de ligne éditoriale des plateformes et par la difficulté à y dissocier les informations fiables issues de sources officielles ou journalistiques et les publications relatant des faits inexacts (Mouron 2020). Ces dernières se répandent plus facilement dans la mesure où elles apportent généralement des réponses plus tranchées, moins nuancées à ceux qui les consultent, se trouvant ainsi rassurés dans une réalité qui leur convient mieux. Bien que ce phénomène ait des conséquences néfastes sur la gestion de la crise sanitaire (par exemple, une incitation à un moindre respect des consignes sanitaires), les autorités publiques reconnaissent aux médias sociaux un pouvoir de mise en sécurité, d'information et de conservation de la productivité des individus.

Enfin, ce rapport met aussi en évidence que l'apport de l'intelligence artificielle (IA) serait utile pour lutter contre l'infodémie en établissant quelques recommandations en vue de l'élaboration d'un cadre d'intervention global et cohérent pour soutenir la qualité de l'information dans l'espace numérique pour les années à venir.

## CONCLUSION

Cette crise communicationnelle s'analyse donc à un double niveau: d'un côté on a les individus qui, animés par la peur, peur qui n'est pas sans rappeler celles des grandes épidémies du moyen âge, utilise les médias sociaux comme une sorte de doudou (Lachance/Leroux/Limare 2017) à qui ils vont confier leurs angoisses, angoisses que le discours techniciste, positiviste et progressiste avait refoulé dans le subconscient. Le double effet d'amplificateur des médias sociaux et de bulle informationnelle conforte malheureusement les individus dans leurs peurs et ne joue pas l'effet cathartique que la communication pourrait permettre. D'un autre côté, des officines mandatées par des pouvoirs qui restent dans l'ombre ou des individus sans scrupule profitent du climat d'insécurité pour en tirer des avantages politiques ou financiers.

Cet article voudrait conclure sur une note de modestie: l'infox est une partie de nous-mêmes. À titre privé ou professionnel, nous avons tous un jour diffusé une infox par ignorance, par désœuvrement ou même volontairement. C'est un combat quotidien à livrer non seulement avec ceux qui sont dans le mal être, contre ceux qui sont mal intentionnés, mais aussi pour nous inciter personnellement à relever le niveau d'exigence de qualité et de vérité de notre propre communication.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Allard-Huver, F. (2019), "Fake news". <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01704207>.
- Bassoni, M., Lesourd, J.-B. (2018), «L'économie de l'information à l'heure des «fake news»: quels scénarios d'évolution? <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01887778>.
- Bechmann, A., (2020), Tackling Disinformation and Infodemics Demands Media Policy Changes, *Digital Journalism*, 8:6, 855-863.
- Berriche, M. (2020), "Fact check: Trois infox sur les infox". *The Conversation*. <https://theconversation.com/fact-check-trois-infox-sur-les-infox-136809>.
- Bigot, L. (2019), Fact-checking vs fake news. Vérifier pour mieux informer, INA Éditions.
- Bonfils, P. et alii (2020), «L'éducation aux médias tout au long de la vie: Des nouveaux enjeux pédagogiques à l'accompagnement du citoyen», Colloque international Ticemed 12: L'Éducation aux médias tout au long de la vie: des nouveaux enjeux pédagogiques à l'accompagnement du citoyen, Apr 2020, Athènes, Grèce. Association Internationale Ticemed, 2021, 978-2-492969-00-3. [halshs-03206274v2](https://halshs-03206274v2).
- Brin, C. (2021), «Portrait d'une infodémie- Retour sur la première vague de la COVID-19», <https://www.docdroid.com/NkXvSWt/portrait-dune-infodemie-retour-sur-la-premiere-vague-de-la-covid-19-pdf>.
- Bronner, G: (2011), «Ce qu'Internet fait à la diffusion des croyances», *Revue européenne des sciences sociales*, 49-1 | 2011. <http://journals.openedition.org/ress/805>.
- Cardon, D. (2015), A quoi rêvent les algorithmes? Nos vies à l'heure du big data, Seuil.

- Cardon, D. (2019), *Culture numérique*. Presses de Science Po.
- Cardon, D. (2019), «Fake news: On ne sait pas très bien comment mesurer leurs effets», entretien avec Dominique Cardon, avril 2019, ina, *La revue des médias*, URL: <https://larevuedesmedias.ina.fr/fake-news-ne-sait-pas-tres-bien-comment-mesurer-leurs-effets>.
- Dauphin, F. (2019), «Les Fake News au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande», *Études de communication*, 2019/2 (n° 53), p. 15-32. DOI: 10.4000/edc.9132. <https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2019-2-page-15.htm>.
- Deloire, C., (2019). (Re)faire des journalistes des tiers de confiance. *Revue internationale et stratégique*, 115, 7-16.
- Doueïhi, M., Domenicucci, J. (2018), *La confiance à l'heure du numérique*, Editions rue d'Ulm.
- Escande-Gauquié, P. Naivin, B. (2019), *Comprendre la culture numérique*, Dunod.
- Frau-Meigs, D. (2018), «Pour lutter contre les fake news, il ne faut pas les censurer», <https://www.taurillon.org/divina-frau-meigs-pour-lutter-contre-les-fake-news-il-ne-faut-pas-censurer>.
- Giry, J. (2021), «Les fake news comme concept de sciences sociales. Essai de cadrage à partir d'une nouvelle connexes: rumeurs, théories du complot, propagande et désinformation», *Questions de communication*, 2021/1 (n.° 38), 371-394. URL: <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2021-1-page-371.htm>.
- Holzem, M. (2019), «Post-vérité: Les sciences à l'heure des fake-news et de la propagande», <http://cemu.unicaen.fr/recherche/mrsh/forgue/5895>.
- Huguet, P., Belletier, C., Chevalère, J., Martinelli, N., Gil, S. & Droit-Volet, S. (2020). Épidémiologie des fake news à l'heure de la transition numérique. *Revue de neuropsychologie*, 12, 221-222.
- Huygues, F.-B. (2019), *Fake news: la grande peur*, VA Editions.
- Jacobs, L. (2019), "Affordable Care Act Moving to New Stage of Public Acceptance", *Health Polit Policy Law* (2019) 44 (6): 911-917.
- Jaubert-Michel, E., Dolbeau-Bandin, C. (2020), «Infox et Coronavirus Covid-19: une relative contagiosité?», <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02542132/document>.
- Kalsnes, B. (2018), "Fake news", <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.809>.
- Kammerer, B. (2018), «Les infox», *Sciences Humaines*, 2018/12 (N° 309), URL: <https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2018-12-page-9.htm>.
- Klein, O. (2018), «Fake News et crédulité: que peut-on faire?, Pistes d'analyse et d'intervention sur base de la recherche en psychologie sociale», Working paper: 24/04/2018, Université Libre de Bruxelles, Belgique.
- Kucharsky, A. (2021), *Les lois de la contagion. Fake news, virus, tendances*, Dunod.



- Lachance, J., Leroux, Y., Limare, S. (2017), *Selfies d'ados*, Presses de l'Université Laval.
- Marineau, S. (2020), «Covid-19 et 5 G: à l'origine d'une campagne de désinformation», *Le Point*, 01.07.2020, [https://www.lepoint.fr/sante/covid-19-et-5g-a-l-origine-d-une-campagne-de-desinformation-01-07-2020-2382657\\_40.php](https://www.lepoint.fr/sante/covid-19-et-5g-a-l-origine-d-une-campagne-de-desinformation-01-07-2020-2382657_40.php).
- Mendès-France, T. (2020), «Infodémie autour du coronavirus», entretien, février 2020, <https://www.lci.fr/sante/infodemie-autour-du-coronavirus-le-temoignage-individuel-pese-plus-lourd-que-le-discours-d-expertise-2146485.html>.
- Merzeau, L. (2017), «Les fake news, miroir grossissant de luttes d'influences», *Ina Global*.
- Monnier, A. (2020) «Covid-19: de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news», <https://doi.org/10.4000/rechercheseducations.9898>.
- Morin, E. (1969), *La rumeur d'Orléans*, Seuil.
- Mouron, P. (2020), «Coronavirus et fausses informations: Les aléas de la liberté d'expression en période de crise sanitaire», *Revue des droits et libertés fondamentaux*, Centre de Recherches Juridiques de Grenoble, 33,. hal-02545887.
- Nardon, L. (2017). *Trump et la crise de la démocratie américaine*, *Politique étrangère*, 11-22. <https://doi.org/10.3917/pe.171.0011>.
- Oliveri, N. (2016), «De l'otakisme à la cyberdépendance ou «l'ambiguïté technologique»», *From otakism to cyberaddiction or 'technological ambiguity'*, <https://doi.org/10.4000/terminal.1534>.
- Paillard, B. (1990), «L'écho de la rumeur», *Communications*, 52, 125-139.
- Pariser, E. (2011), *The Filter Bubble. What the Internet is Hidding from you?* Penguin.
- Paugam, S. (2004), *La disqualification sociale*, PUF.
- Pélissier, M., Joux, A. (2018). *L'information d'actualité au prisme des fake news*, L'Harmattan.
- Pérez-Rosas, V. et alii (2017), «Automatic detection of fake news», <https://arxiv.org/abs/1708.07104>.
- Romeyer, H. (2020), «Covid-19: La médiatisation tend aujourd'hui à céder un peu plus à la panique», entretien avec Hélène Romeyer, *ina*, la revue des médias, 9 mars 2020, <https://larevuedesmedias.ina.fr/covid-19-coronavirus-la-mediatisation-tend-aujourd'hui-ceder-un-peu-plus-la-panique>.
- Rouvroy, A. Stiegler, B. (2015), «Le régime de vérité numérique», *Socio*, 4 | 2015. URL: <http://journals.openedition.org/socio/1251>.
- Taïeb, E. (2001). «Persistance de la rumeur: Sociologie des rumeurs électroniques», *Réseaux*, n° 106, 231-271.
- Travers, J., Milgram, S. (1969)”, *An Experimental Study of the Small World*”, *Sociometry*, Vol. 32, No. 4 (Dec. 1969), 425-443, American Sociological Association, Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/2786545>.

- Unesco, (2020), Working Group on the Digital Gender Divide: Recommendations for action: bridging the gender gap in Internet and broadband access and use, March 2017.
- Vanbreemeersch, N. (2018), «De quoi les fake news sont-elles le nom?», *Le Débat*, 2018/3 (n° 200), p. 15-22. URL: <https://www.cairn.info/revue-le-debat-2018-3-page-15.htm>.
- Viallon, P., Trestini, M. (2019), *Cultures numériques, cultures paradoxales?*, L'Harmattan.
- Viallon, P., Gardère, E. (2020), *Médias dits sociaux, médias dissociants?* De Boeck
- Wardle, C. (2017), "Fake news. It's complicated", First Draft, <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated>.





Desmontando Fake News en Argentina.  
Reflexiones sobre la verificación de información  
publicada en medios de comunicación  
y redes sociales

Dismantling Fake News in Argentina.  
Reflections on the verification of information  
published in the media and social networks

Démantèlement des fausses nouvelles en  
Argentine. Réflexions sur la vérification des  
informations publiées dans les médias et les  
réseaux sociaux

MALVINA RODRÍGUEZ

*Universidad Nacional de Villa María, Argentina*  
*merodriguez@unvm.edu.ar*

AIMÉ AMINAHUEL

*Universidad Nacional de Villa María, Argentina*  
*aime.aminahuel@unvm.edu.ar*

## **Resumen**

Con la pandemia del Covid-19 cobró relevancia la planificación de la comunicación, en tanto política pública que atraviesa de manera transversal a todo accionar estatal. La crisis sanitaria movilizó a los Estados hacia la implementación no sólo de medidas de prevención sanitaria, sino también de estrategias integradas de comunicación de riesgo y de crisis. Una de las problemáticas comunicacionales más urgentes para la política pública en la emergencia sanitaria resultó ser la producción masiva de noticias falsas o fake news, que generaron un proceso de infodemia, pandemia informativa, o desinfodemia, epidemia de la desinformación. Este fenómeno

acentúa la influencia de los procesos de comunicación política sociodigital en el espacio público y, en consecuencia, en la opinión pública.

Por consiguiente, este trabajo presenta un relevamiento y sistematización de fuentes y antecedentes sobre el tema, es decir investigaciones, reglamentaciones, recomendaciones y dispositivos vinculados a la corroboración de noticias falsas. En ese contexto, se estudia la plataforma *Confiar* de verificación de noticias falsas, lanzada en 2020 por la agencia pública de noticias *Télam* en Argentina. Para ello, se llevó a cabo un análisis de contenido de todas las noticias falsas verificadas en la plataforma desde su origen en abril de 2020 hasta octubre de 2021. Finalmente, se presentan reflexiones críticas sobre el alcance y proyecciones de estas nuevas estrategias tendientes a garantizar el acceso genuino a la comunicación pública como derecho humano.

**Palabras clave:** Fake News, Argentina, medios de comunicación, redes sociales.

## INTRODUCCIÓN

En el marco de los nuevos desafíos que habilita la comunicación digital, identificamos una serie de fenómenos propios de lo que se denomina “la era de la *posverdad*”, sustentada en los desarrollos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, particularmente, a partir de la emergencia y utilización de la *big data* y la inteligencia artificial. Calvo y Aruguete (2020) sostienen que el desarrollo de las noticias falsas o la distorsión de la comunicación es un fenómeno antiguo, no obstante, lo novedoso en el marco de lo que aquí denominamos comunicación sociodigital (Rodríguez, 2020), es la propagación a gran escala de noticias falsas que reinstala, nuevamente, los debates sobre las definiciones de verdad.

En la era de la *posverdad*, las nuevas tecnologías de información y comunicación y, particularmente, los desarrollos del *big data* y la inteligencia artificial, han permitido una automatización muchas veces desregulada, que provoca una producción y circulación de *fake news*. Este proceso, denominado en el marco de la pandemia como *infodemia*, puede tener consecuencias letales para la población cuando se trata de información estratégica para la promoción efectiva de políticas de salud y el cuidado de la vida de las personas.

El término “Infodemia” fue utilizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en un informe del 2 de febrero de 2020, a fin de advertir los desafíos para la comunicación de riesgo de las naciones ante la epidemia del Covid-19, la cual fue declarada como pandemia por esa organización el 11 de marzo del mismo año. La OMS hablaba de una “infodemia masiva” de sobreinformación, entre la que se encontraba información falsa<sup>1</sup>.

El 14 de abril de 2020, el Secretario General de las Naciones Unidas Antoni Guterres publicó un mensaje dedicado a la desinformación en relación con el Covid-19, advirtiendo sobre la “epidemia de la desinformación” y la propagación de la “desinfodemia”. Guterres señaló que “(...) insólitas teorías de la conspiración infectan Internet. El odio se está volviendo viral, estigmatizando y difamando a personas y

1. <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>.

a grupos. El mundo debe unirse contra esta enfermedad también.<sup>2</sup> El llamado del mensaje se dirigió hacia la confianza en la ciencia y el ejercicio de la solidaridad.

También la UNESCO se hizo eco de esta problemática y publicó, con datos recopilados al 10 de abril de 2020, el primer *policy brief* denominado “Desinfodemia. Descifrando la desinformación sobre el Covid-19” de Julie Posetti y Kalina Bontcheva, bajo la consigna: “El acceso a información confiable y precisa es fundamental en todos los momentos, pero durante una crisis como la actual pandemia de COVID-19, puede ser una cuestión de vida o muerte”<sup>3</sup>.

La Organización Panamericana de la Salud (OPS), por su parte, acogió la denuncia global de la OMS y publicó el 30 de abril de 2020 las “Hojas informativas COVID-19: Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19”, donde señalaba que “la desinformación aumenta al mismo ritmo que las modalidades de producción y distribución de los contenidos. Así que la propia infodemia acelera la desinformación y hace que perdure”<sup>4</sup>.

Con este panorama, numerosas publicaciones especializadas en salud dedicaron sus dossiers y ediciones *ad-hoc* a la comunicación durante la pandemia. Paralelamente, las revistas de ciencias sociales y las orientadas al periodismo y la comunicación convocaron artículos sobre investigaciones en curso, en relación con la comunicación de riesgo y crisis y a los impactos de la desinformación en la pandemia. De esta manera, pueden encontrarse numerosos estudios originados ya en el primer año de la pandemia en España (Aguado-Guadalupe y Bernaola-Serrano, 2020; Aleixandre-Benavent et al., 2020; García-Marín, 2020; López-Pujalte, C. y Nuño-Moral, 2020; Losada Maestre, 2020; Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa, 2020; Sánchez Galicia, 2020), realizando investigaciones sobre el mismo país o en comparación internacional. En América Latina se observan investigaciones en diversos países, publicadas entre 2020 y 2021, con estudios empíricos o análisis interpretativos sobre la infodemia y la desinformación en perspectiva nacional, regional e internacional, originados en Argentina (Bizberge y Segura, 2020; Riorda, 2020; Franco y Sguassero, 2020; Díaz, 2021), Cuba (Alfonso Sánchez y Fernández Valdés, 2020), Brasil (Haraki, 2021), México (Vázquez Luna, 2020); Perú (Arroyo-Sánchez et al., 2020), entre otros países y publicaciones.

El estado del arte demuestra algunas coincidencias en las problemáticas de la infodemia y la desinformación, como son:

- La constatación de una aceleración incontrolada de la propagación de *fake news* especialmente a través de redes sociales y aplicaciones como *WhatsApp*.
- La corroboración de lo que en nuestras investigaciones hemos denominado la “opacidad de las fuentes” (Rodríguez, 2020) como una de las características de la era de la posverdad en los entornos sociodigitales, en tanto gran

2. <https://www.un.org/sg/es/content/sg/statement/2020-04-14/secretary-generals-video-message-covid-19-and-misinformation>.

3. [https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic\\_deciphering\\_covid19\\_disinformation\\_es.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation_es.pdf).

4. [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic\\_spa.pdf?sequence=16&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?sequence=16&isAllowed=y).

parte de las verificaciones no pueden llegar a visibilizar el origen exacto de las *fake news*, sino sus canales de difusión.

La problemática alcanza países y regiones diversas y su solución reviste una importancia estratégica para los gobiernos, puesto que el desarrollo eficaz de las políticas de pandemia se vio condicionado en sus diferentes etapas por la sobreinformación y la circulación de *fake news* que afectaron la conciencia ciudadana y las estrategias de prevención en torno al virus. Por otra parte, la relación de los distintos territorios con el estado nacional se convierte en un tema clave para comprender la comunicación de las políticas públicas, como se observa en el desarrollo de la pandemia en el sistema federal argentino (Aminahuel, 2020).

En Argentina, una organización no gubernamental como *chequeado.com* ha desarrollado un compendio de recomendaciones para verificar *fake news*. En el ámbito de los medios públicos, la agencia estatal de noticias *Télam* presentó en el 2020 la plataforma *Confiar* que procesa y presenta información confiable sobre la pandemia.

Por consiguiente, la presente investigación se condujo a partir de un interrogante principal: ¿Qué características tuvo el fenómeno de desinformación en entornos digitales en Argentina durante la pandemia?, ¿Qué tipo de noticias falsas circularon?, ¿Cómo se atendió, desde la política pública comunicacional del gobierno argentino durante la pandemia, la problemática de la infodemia y las *fake news*? Este escrito reflexiona sobre algunos de los desafíos para la comunicación y la política que se visibilizaron con la pandemia del Covid-19 en Argentina: comunicar en pandemia en un mundo sociodigitalizado, comunicar el riesgo y la crisis en clave federal y, en ese contexto, combatir la infodemia. Posteriormente, se presenta el trabajo empírico como aporte metodológico para el estudio de las plataformas de fact-checking, con los resultados obtenidos y la discusión sobre los hallazgos en el análisis de contenido de las noticias falsas verificadas y publicadas por Confiar entre abril 2020 y octubre 2021. Como cierre, se proponen aprendizajes y reflexiones para la comunicación política gubernamental y para el diseño de políticas públicas comunicacionales.

## **EL DESAFÍO DE COMUNICAR LA PANDEMIA EN UN MUNDO SOCIO-DIGITALIZADO**

El abordaje de la comunicación pública en Argentina durante el escenario tanto de la pandemia por Covid-19 como de las expectativas que pueden inferirse para el futuro posterior a la emergencia sanitaria, a partir del análisis de los procesos de producción y recepción en diferentes regiones y jurisdicciones desde diversos niveles, actores y sentidos, permite comprender el desarrollo e impacto de las políticas públicas comunicacionales en un marco de situación territorial. El análisis integral de políticas públicas mediante la observación sistemática y en clave multinivel de los discursos en el espacio público, con sus percepciones, representaciones, creencias y sentidos construidos desde los enclaves de toma de decisiones, desde las organizaciones y desde la opinión pública, resulta fundamental para la detección de indicadores y para la construcción de bases conceptuales que sirvan a la construcción federal de políticas de comunicación gubernamentales democráticas (Moragas, 2012; Saintout y Varela, 2015), enmarcadas en un paradigma de la comunicación

como derecho humano (Ottaviano, 2020) y que se formulen como políticas multiculturales y de inclusión de diversidades (García Canclini, 2012).

La comunicación pública del siglo XXI se desarrolla en un ecosistema de medios conectivos (Van Dijk, 2016), donde el periodismo y los medios tradicionales parecen implosionar ante los desarrollos tecnológicos (Ramonet, 2011), a la vez que continúan disputando el establecimiento de la agenda pública a través de interacciones de competencia por la tendencia, ocultamiento y asociaciones en red (Aruguete, 2015). La comunicación política emergente está caracterizada por procesos de socio-digitalización de la participación ciudadana (Rodríguez, 2019), donde las comunidades en red operan desde los márgenes que habilita la autocomunicación de masas (Castells, 2009) para disputar la construcción de sentidos en la discursividad social (Verón, 1993).

Las *fake news* se convierten en uno de los espacios más dinámicos de los entornos digitales, en tanto, como procesos de “posverdad”, importan más por su impacto efectista que por el control efectivo de las fuentes. En consecuencia, las operaciones de *trolling* y *fake news* demuestran formas estratégicas de ejercicio de poder (Calvo y Aruguete, 2020).

Las sociedades democráticas pueden desarrollar políticas comunicacionales que apunten a ofrecer garantías para el acceso universal e inclusivo a la información y fuentes de información de calidad, como ocurrió en Argentina con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Mastrini, De Charras y Bizverge, 2013), apuntando a controlar la concentración mediática (Becerra, 2015). Sin embargo, la diversidad en la producción, distribución y consumo de contenidos de interés público se ve acotada, tanto por situaciones estructurales como la brecha digital –que ha complicado un escenario ya caracterizado por la inequidad informacional y descrito hace poco más de 40 años por el Informe McBride–, como por razones coyunturales, como la ocurrida en Argentina entre 2015 y 2019, con la derogación de leyes que favorecían al sistema de medios públicos y a la producción diversificada y federal.

No obstante, cabe observar que, más allá de los reveses políticos que recibieron tanto la propuesta del Nuevo Orden Mundial para la Información y la Comunicación (NOMIC) que propugnaba el Informe McBride, como la regulación de medios en Argentina en el marco de América Latina, la *guerrilla semiológica*, propuesta por Umberto Eco y retomada por Marafioti y Bonnin (2018:425): “Se trata, en definitiva, de una acción capilar para transformar a los espectadores pasivos en lectores activos, capaces de reconocer las costuras del discurso mediático y construir hipótesis críticas capaces de desnaturalizarlo”.

La comunicación es etimológicamente relacional y consensual (Wolton, 2006), por lo que su gestión está consustanciada con la política. La comunicación pública, además de referir a las conexiones de las organizaciones con sus entornos (Amado Suárez et.al., 2008), se ofrece como comunicación política en tanto articula la toma de decisiones y su impacto en las comunidades (Canel Crespo, 2006).

La dimensión política de la comunicación se expresa en al menos cuatro momentos: electoral, gubernamental, de crisis y de riesgo; diferenciables temporal y cualitativamente, pero imbricados en la dinámica política (Riorda, 2011). En el contexto

de la pandemia, conviene distinguir entre comunicación de riesgo y de crisis, como advierte Mario Riorda (2020). Para el autor, la comunicación de riesgo –orientada a prevenir y concientizar– debe movilizar la modificación de conductas a partir de la comprensión de que el riesgo es real, es decir, que puede convertirse en riesgo efectivo (Riorda, 2011;2020). Cuando se da el pasaje del riesgo a la crisis, cobra importancia en primer lugar la reducción de incertidumbre y, seguidamente, la clausura del problema que la origina. Si bien las crisis aparecen como el ámbito propicio –por la ansiedad de información, pero también por la facilidad de acceso que dificulta el control–, para las noticias falsas (Losada Maestre, 2020), puede afirmarse que las “crisis no son las cosas que ocurren, sino como se responde a lo que ocurre” (Sánchez Galicia, 2020:53). Tal como aseveran Crespo y Garrido (2020:14): “en comunicación de crisis, minimizar el alcance o la gravedad de las crisis, aunque puede resultar una tentación para los gobernantes con el propósito de no causar alarma o pánico entre la población, suele ser siempre una estrategia equivocada”.

En la era de la convergencia digital (Jenkins, 2008) cobran particular importancia las políticas comunicacionales que se orientan a la reducción de incertidumbre, en un contexto de libertad de expresión e inclusión de diversidades, bajo un esquema de producción y distribución de la información que asegure el derecho a la intimidad y la protección de datos personales. Ese constructo complejo de derechos y obligaciones engloba tanto la acción estatal, como la participación ciudadana en el debate para el diseño de políticas comunicacionales.

En consecuencia, el estudio de la plataforma Confiar como parte de las políticas públicas en materia comunicacional en Argentina, en el contexto de la pandemia y considerando los posibles impactos en distintas regiones del territorio nacional, se convierte en una fuente de datos cuantitativos y cualitativos que, sistematizada e interpretada desde enfoques multidisciplinares como los que aquí se proponen, podrán contribuir al debate sobre los desafíos futuros de las políticas gubernamentales para la comunicación pública en contextos de riesgo y crisis.

## EL DESAFÍO DE COMBATIR LA INFODEMIA: LA PLATAFORMA CONFIAR

En ocasión de su lanzamiento, la presidenta de la agencia pública de noticias Télam, manifestó que la plataforma Confiar “puede servir para mitigar la proliferación de Fake news, a causa del desconocimiento, las incógnitas sobre el propio Coronavirus e, incluso, los prejuicios”<sup>5</sup>.

A menos de un mes de la declaración presidencial del ASPO<sup>6</sup> (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio) en Argentina, el 6 de abril de 2020, la Secretaría de Medios y Comunicación Pública anunció el lanzamiento de la plataforma CONFIAR, desarrollada por la Agencia Nacional de Noticias Télam, a partir de un trabajo conjunto con investigadoras/es del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

5. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/confiar-la-plataforma-oficial-para-combatir-la-infodemia>.

6. El 19 de marzo de 2020 el presidente argentino Alberto Fernández declaró el ASPO en todo el territorio nacional.



La nueva plataforma se presentó como un dispositivo de alcance federal para la verificación de noticias vinculadas a la pandemia, con el objetivo de “controlar la infodemia (epidemia informativa) que invade con noticias poco confiables, maliciosas o falsas que aumentan el pánico, alimentan la angustia o promuevan conductas incorrectas”<sup>7</sup>. En Argentina se ha observado la circulación de noticias falsas en torno a temas como la cantidad de contagios, los efectos de la aplicación de las vacunas o la utilización de medicamentos no autorizados ni sustentados en estudios científicos.

En investigaciones recientes hemos caracterizado la política comunicacional del gobierno argentino a partir del análisis de discursos presidenciales en conferencias de prensa, anuncios y entrevistas (Rodríguez y Aminahuel, 2021). Esos estudios permiten observar la necesidad y, en consecuencia, las estrategias desplegadas por el gobierno del presidente Alberto Fernández para ofrecer transparencia comunicacional, seguridad de datos y control de fuentes de información.

Como afirma Cecilia Díaz en su análisis de los dispositivos *Cuidar y Confiar*, desarrollados por el gobierno nacional y la agencia pública de noticias, respectivamente, “ambas se orientan a un sentido que democratiza los cuidados en tanto el Estado reconoce su obligación hacia los ciudadanos en una perspectiva de derecho y a su vez, delega en el compromiso individual la promoción del bien común” (Díaz, 2021:37). En tal sentido, la plataforma de *Télam* promueve la participación e involucramiento de la ciudadanía en el cuidado de la comunicación pública y de los derechos humanos.

*Confiar* aparece, además, como un recurso adecuado para indagar los procesos de corroboración de fuentes y de circulación de información fundamentada, desde la comunicación pública en contextos de riesgo y crisis y con alcance federal. El nuevo espacio digital e interactivo provee no solamente de informaciones verificadas sino también de herramientas para que cualquier persona pueda detectar noticias falsas o inciertas y, adicionalmente, hacer las denuncias correspondientes. Las noticias engañosas o deliberadamente fabricadas son contrastadas con fuentes oficiales y científicas, una actividad denominada *fact-checking* (verificación de hechos) que realizan numerosos sitios alrededor del mundo, pero cuya propiedad o gestión está en manos privadas o de organizaciones de diverso tipo, certificadas por una organización internacional no gubernamental denominada “International Fact-Checking Network”<sup>8</sup> (Aguado-Guadalupe y Bernaola-Serrano, 2020).

La agencia pública de noticias argentina impulsó este desarrollo casi al inicio de la pandemia, advirtiendo tempranamente los riesgos potenciales de la propagación

7. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/confiar-la-plataforma-oficial-para-combatir-la-infodemia>.

8. <https://www.poynter.org/media-news/fact-checking/> La International Fact-Checking Network pertenece al Poynter Institute, una ONG dedicada a la promoción de la ética en el periodismo y la comunicación que es a su vez financiada por fundaciones filantrópicas como Google o Facebook, lo cual demandaría un estudio más pormenorizado de los conflictos de intereses que pueden presentarse en tanto las plataformas digitales y las redes sociales son los principales soportes de producción y circulación de *fake news*.



de información falsa, tendenciosa o fraudulenta, en especial los peligros vinculados a los derechos humanos tanto los de primera generación –derecho a la vida y a la libertad de expresión, entre otros–, de segunda generación –particularmente el derecho a la salud física y mental–, de tercera generación –especialmente el derecho al uso de los avances de la ciencia y la tecnología–, como de cuarta generación, que tipifican los derechos vinculados a las tecnologías de información y comunicación<sup>9</sup>.

La plataforma Confiar posee una estructura amigable en cuanto a diseño y usabilidad. Posee una interfaz sencilla y de fácil utilización, a la cual se ingresa mediante el enlace [www.telam.com.ar/infodemia](http://www.telam.com.ar/infodemia) y allí se disponen tres secciones principales:

- “Verdadero o Falso: Permite chequear que cada información que circula por los medios de comunicación sea verídica, y en caso contrario, detallar la información oficial.
- *Fake news*: Detalla las noticias falsas más difundidas durante la pandemia y explica por qué motivos no resultan información verídica.
- Caja de herramientas: Otorga la posibilidad de chequear el origen o fuente de una determinada noticia a través del link de la imagen, el video o el posteo difundido en redes, y comprobar que sea información verdadera”<sup>10</sup>.

Las/los usuarios, tanto individuos como medios u otras organizaciones, pueden realizar consultas o denuncias a través del correo electrónico. La información compartida será revisada por un equipo de expertas/os y podrá ser compartida como nuevo insumo en la plataforma.

A continuación, presentamos las características, resultados y discusión sobre el análisis de contenido aplicado en noticias falsas verificadas y publicadas en la plataforma Confiar, a fin de contribuir al debate sobre las políticas públicas contra la desinformación en situaciones de riesgo y crisis.

## AL CUIDADO DEL ESTADO: ALCANCES DE LA VERIFICACIÓN OFICIAL DE NOTICIAS EN LA PLATAFORMA CONFIAR

Para el trabajo empírico se utilizó el análisis de contenido, definido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1980, p. 28). Este abordaje metodológico, de carácter cuantitativo, permite ofrecer datos estadísticos a partir de la codificación y realizar una interpretación inferencial de la información obtenida, sobre la aplicación de un sistema de categorías analíticas, construidas cualitativamente a partir de la revisión teórica y una primera aproximación al corpus de análisis.

El corpus incluyó todas las noticias falsas verificadas y publicadas en la plataforma desde la primera entrada el 1 de abril de 2020 hasta el 6 de octubre de 2021.

9. Para una clasificación de los derechos humanos se puede consultar: <https://www.unidiversidad.com.ar/como-se-clasifican-los-derechos-humanos>.

10. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/confiar-la-plataforma-oficial-para-combatir-la-infodemia>.

En total, se consideraron las 93 entradas publicadas en el período mencionado. Esto implica un abordaje integral de los distintos momentos que fue atravesando la pandemia en Argentina: primeros casos, fases de aislamiento, debates entre la salud y la economía, diferencias territoriales en relación a los contagios y fallecimientos, debates mediáticos y políticos, medidas preventivas, aumentos de casos, desarrollo de las vacunas, proceso de vacunación y aperturas progresivas.

El sistema de categorías fue construido a partir de aprendizajes metodológicos de investigaciones anteriores (Rodríguez, 2020, 2019; Rodríguez y Melano Cassina) sobre procesos de comunicación sociodigital, así como de aportes de un estudio reciente sobre infodemia y *fake news* en pandemia referido a la plataforma de fact-checking española *Newtra*<sup>11</sup> (Aguado-Guadalupe y Bernaola-Serrano, 2020).

Una investigación sobre la diseminación de noticias falsas en el contexto de la mortalidad por COVID-19 y el manejo de la infodemia en seis países latinoamericanos, sobre la base de artículos publicados Pubmed y SciELO, y la literatura gris disponible en los portales gubernamentales y de noticias de los países seleccionados, observó que “Argentina utilizó las leyes que ya tenía vigentes para castigar el uso inadecuado de la información y evitar la propagación de información falsa en su territorio; además, dio una rápida respuesta mediante las tecnologías de la información y las comunicaciones para orientar a la población y vigilar la calidad de lo que se difunde (Nieves-Cuervo et al., 2021). Este mismo estudio muestra que Argentina, junto a Chile, encabezan la lista de países analizados (que completan Brasil, Colombia, México y Perú) en cuanto a penetración de internet.

A partir de estas consideraciones, el sistema de categorías incluyó dimensiones y variables de análisis vinculadas a nuestro planteamiento inicial, referido a las respuestas desde la política pública comunicacional del gobierno argentino durante la pandemia a la problemática de la infodemia y las *fake news*. Por consiguiente, el sistema de categorías para la codificación y análisis del contenido de las *fake news* verificadas por la plataforma Confiar en el período seleccionado, se volcó a una matriz de análisis dividida en 2 tipos de categorías (descriptivas y conceptuales), que incluyeron 9 categorías (6 descriptivas y 3 conceptuales).

**A. Categorías descriptivas:** son las que permiten el ordenamiento, ubicación y caracterización general y específica de la información. A continuación, se presentan las categorías descriptivas, con sus respectivas opciones:

1. **Formato de difusión:** canal de tv, radio, prensa digital, prensa gráfica, redes sociales, prensa digital y redes sociales, multimedia, otro.
2. **Propiedad del medio/saporte:** público, privado, tercer sector, otro.
3. **Red social:** Facebook, Twittter, Instagram, Whatsapp, Instagram y Whatsapp, Youtube, Whatsapp y Youtube, Facebook y Whatsapp, varias redes sociales.
4. **Formato de fake news:** solo texto, texto e imagen, solo visual, solo audio, solo audiovisual, multimedia, otro.

11. <https://www.newtral.es/>.

5. **Fuente de divulgación de fake news:** persona, medio, institución, otro, no indicada.
6. **Fuente de verificación de fake news:** institución científica pública, institución científica privada, Ministerio de Salud de la Nación, otras instituciones públicas sanitarias, científicas/os y/o investigadoras/es, OMS, universidades públicas, universidades privadas, otras instituciones educativas, MCM, otras entidades gubernamentales, otro.

## **B. Categorías conceptuales**

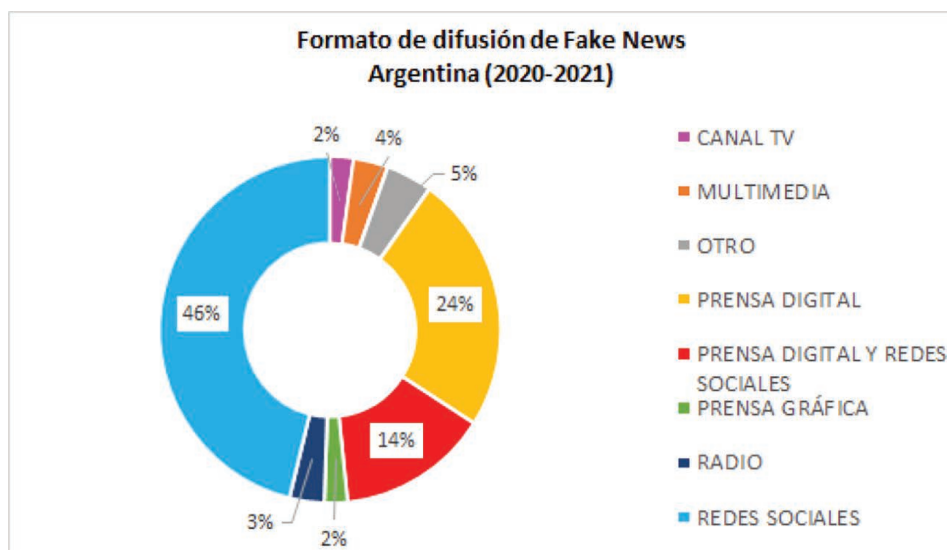
1. **Temáticas de las fake news:** origen del Covid-19; formas de contagio y propagación; formas de tratamiento, eliminación o curación; vacunas; efectos de la pandemia; efectos de la enfermedad; atención sanitaria; gestión de la pandemia; otro
2. **Tipos de contenidos falsos:** sátira o parodia; conexión falsa (entre título, imagen y/o texto); contenido engañoso; contexto falso; contenido impostor (fuente suplantada); contenido manipulado; contenido fabricado; otro.
3. **Posibles riesgos y/o consecuencias:** desinformar; generar alarma, temor o inseguridad; provocar rechazo, discurso de odio o perjuicio (a personas, colectivos, instituciones o países); fraude o estafa; otro.

A continuación, se presentan algunos resultados significativos del análisis de contenido y la discusión interpretativa, en tanto se espera una mayor recuperación de los hallazgos en esta investigación en curso.

En primer lugar, observamos (Gráfico 1) que casi la mitad de las fake news verificadas en Confiar fueron difundidas en redes sociales (46%). Son sin dudas los entornos digitales los que prevalecen en la generación y difusión de noticias falsas ya que casi un cuarto (24%) fueron publicadas en la prensa digital, pero alcanza casi el 35% del total si se consideran las publicaciones aparecidas en prensa digital y redes sociales simultáneamente. Con porcentajes mucho menores se presentan los medios tradicionales (radio, televisión y prensa gráfica).

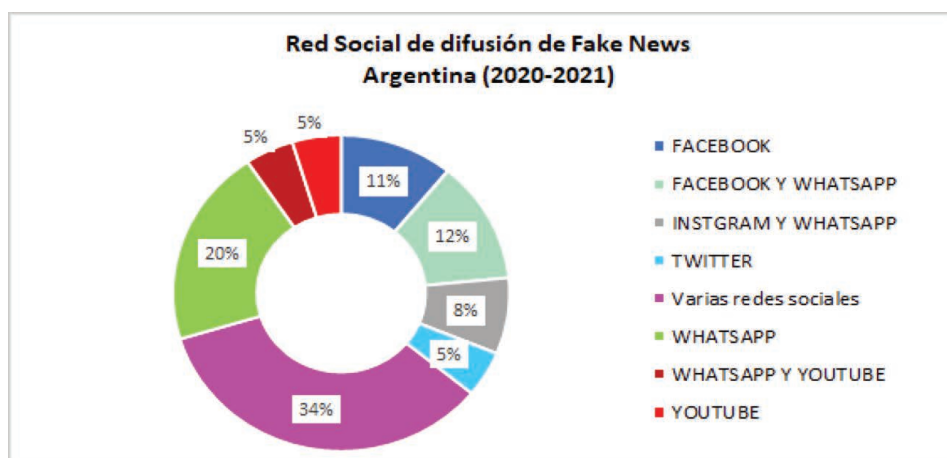
Esta primera aproximación nos permite corroborar, en consonancia con otros estudios sobre la temática, la relación entre los entornos digitales y la difusión de fake news. En otras palabras, los procesos de desinformación se viralizan en la *domocracia* de los entornos sociodigitales (Rodríguez, 2020).

Gráfico 1: Formato de difusión de Fake News.



La difusión de fake news se presenta mayormente en varias redes sociales en simultáneo (Gráfico 2), proyectando procesos de intermedia agenda setting y agenda en red (Aruguete, 2015). Es decir, se da una observación permanente entre los social media, además de la lógica de replicación algorítmica vinculada a la propiedad concentrada de las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Whatsapp constituyen una misma empresa).

Gráfico 2: Red Social de difusión de Fake News.

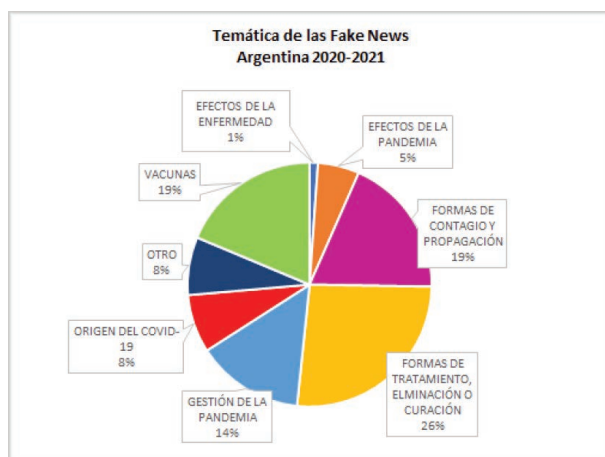


En cuanto a las temáticas de las noticias verificadas (Gráfico 3), se observa una focalización en cuestiones relacionadas directamente con los estadios de la

enfermedad, es decir, con aspectos que afectan a las personas y que corresponden a intereses manifiestos de la opinión pública: *prevención, contagio, tratamiento, curación* (65% si se suman formas de contagio y propagación, formas de tratamiento, eliminación y curación, vacunas y efectos de la enfermedad). Con un porcentaje menor aparecen cuestiones más epidemiológicas, como el origen del virus, que fue tema de varias teorías conspirativas en distintos lugares del mundo (8%); de salud pública como la gestión (14%) y efectos de la pandemia (5%).

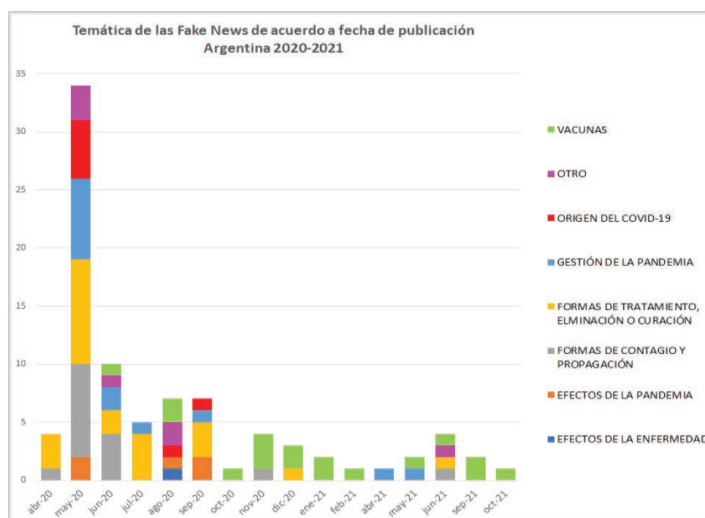
Puede afirmarse que las fake news son exitosas en cuanto a su impacto y difusión cuánto más se acercan a los intereses concretos de los públicos mayoritarios. La gran mayoría de las verificaciones realizadas por Confiar así lo demuestran.

Gráfico 3: Temática de las Fake News.



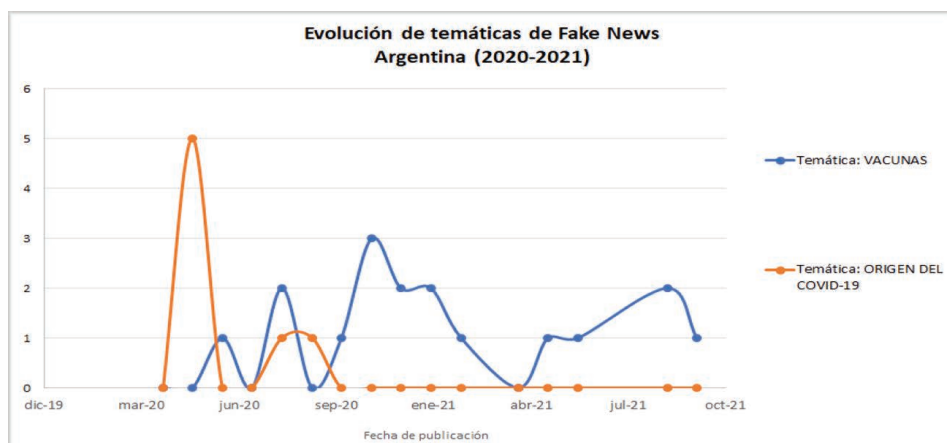
Ahora bien, si consideramos no sólo la distribución cuantitativa sino también la evolución temporal, las fake news manifiestan otro tipo de presencia, según puede observarse en el Gráfico 4. Allí se visualiza que, en los primeros meses del análisis, la temática de fake news “*formas de tratamiento y curación*” es la que posee mayor presencia. No obstante, en la mayor parte del período analizado, el tópico de las vacunas ha predominado como eje temático que desata fake news, sobre todo en los últimos meses del presente análisis. Esto no es menor si se considera que los esfuerzos tanto de las organizaciones internacionales como la ONU, OMS, OPS, UNESCO como de los gobiernos (tomando las expresiones y estrategias comunicacionales del gobierno argentino) han trabajado sobre el intento de generar consensos y confianza en torno a las vacunas, como principal método de prevención y que, ya en el 2021, demostraron su efectividad en cuanto a la disminución de casos, tanto de contagios como de fallecimientos a causa de Covid-19.

Gráfico 4: Evolución de las temáticas de las Fake News.



Asimismo, es factible afirmar de acuerdo con el gráfico que se presenta a continuación (N.º 5), que la circulación de fake news sobre la temática “origen del Covid-19”, es importante en los primeros meses de pandemia, pero luego es reemplazada por la temática vacunas. El aumento de la tipología vacunas coincide con la publicidad en torno a los inicios de los planes de vacunación a nivel global y nacional (noviembre del 2020), y el desarrollo del plan de vacunación nacional, a principios del 2021. Allí, la proliferación de noticias falsas sobre las vacunas fue claramente en aumento.

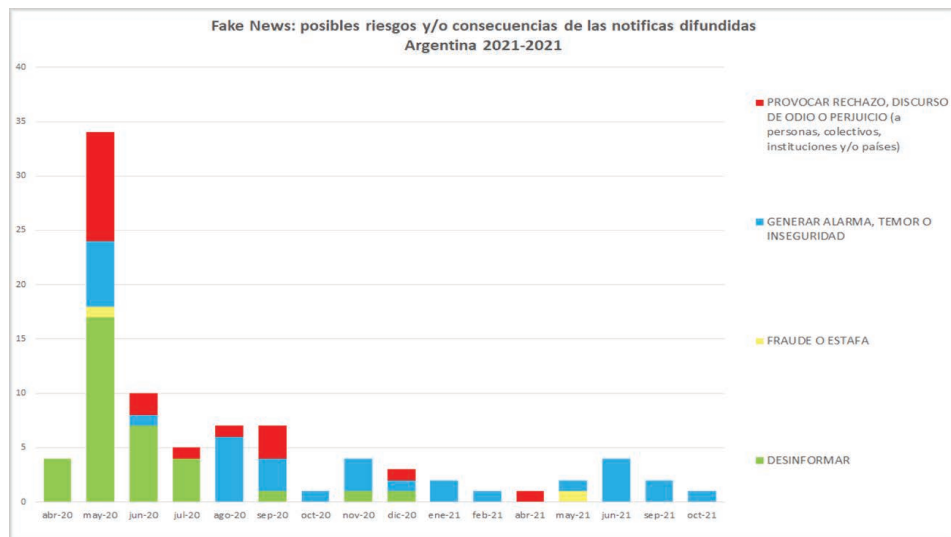
Gráfico 5: Evolución de las fake news sobre vacunas y sobre el origen del virus.



Lo anterior puede vincularse también con la perspectiva que ofrece el análisis estadístico de las fake news verificadas por Confiar. Como muestra el Gráfico 5, se

va dando una evolución desde las primeras fake news detectadas, que fundamentalmente generaban desinformación a un incremento de otros riesgos y consecuencias posibles, como la generación de alarma, miedo e inseguridad. Asimismo, si bien se observa con mayor nitidez en el mes de mayo de 2020 que es el de mayor cantidad de fake news chequeadas por la plataforma, la provocación de rechazo, perjuicio o discurso de odio está presente como uno de los riesgos en varias de las noticias verificadas.

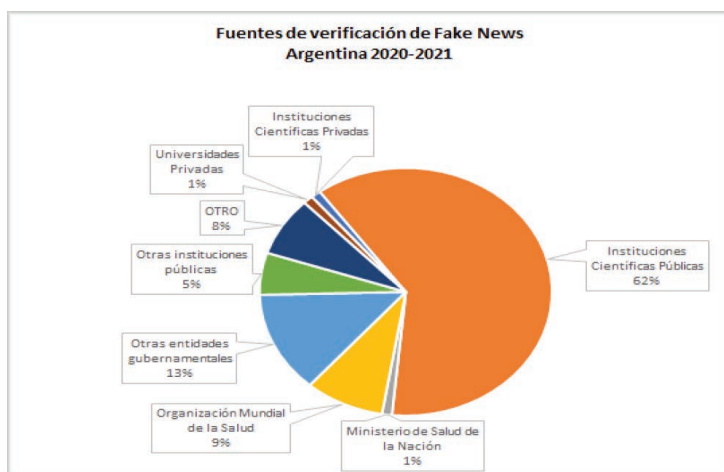
Gráfico 6: Posibles riesgos y/o consecuencias de la difusión de Fake News.



Una de las aristas más interesantes respecto a los procesos de fact-checking son las fuentes de verificación de fake news. La ya mencionada opacidad de las fuentes de origen de noticias falsas debe contrarrestarse con una clara y transparente presentación de las fuentes verificadoras, cuyo prestigio, legitimidad y seguridad son garantizados por su vinculación con la ciencia y la investigación, así como por su carácter oficial y de existencia corroborable. En el Gráfico 6 podemos distinguir que más del 60% de las fuentes declaradas corresponden a Instituciones científicas públicas, siendo CONICET la que aparece con más frecuencia en esa opción. De las fuentes restantes, la gran mayoría son entidades del sector público, lo cual demuestra también los elevados grados de confianza y cooperación entre organizaciones del Estado. Esto comprueba también que el sistema público de ciencia y técnica reviste un elevado nivel de credibilidad en Argentina.



Gráfico 7: Fuentes de verificación de Fake News.



## CONCLUSIONES

La pandemia colocó en relieve la importancia de la planificación de la comunicación, en tanto política pública que atraviesa de manera transversal a todo accionar estatal. En tal sentido, para planificar la comunicación institucional, gubernamental, de riesgo y de crisis, se requiere de fuentes confiables y bases de datos que contengan información precisa y sistematizada, anclada en las diversas realidades territoriales. Asimismo, los medios de comunicación masivos, autogestionados, comunitarios, de gestión privada, pública o del tercer sector, necesitan contar con datos fiables, con identificación de fuentes, para así producir información confiable y fundamentada.

En el marco de los nuevos desafíos que trae consigo la comunicación digital, identificamos una serie de fenómenos propios de lo que algunas/os autoras/es denominan la era de la *posverdad*, sustentada en los desarrollos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, particularmente, a partir de la emergencia y utilización del *big data* y la inteligencia artificial.

En la era de la *posverdad*, las nuevas tecnologías de información y comunicación y, particularmente, los desarrollos del *big data* y la inteligencia artificial, han permitido una automatización muchas veces desregulada, que provoca una producción y circulación de fake news, es decir, noticias falsas o tendenciosas. Este proceso, denominado en el marco de la pandemia como *infodemia*, puede tener consecuencias letales para la población cuando se trata de información estratégica para la promoción efectiva de políticas de salud y el cuidado de la vida de las personas.

En ese contexto, se han desarrollado esfuerzos internacionales y dispositivos de alcance nacional para la corroboración de fuentes de información, con el fin de combatir la desinformación y la distribución de noticias falsas. La UNESCO ha trabajado en la elaboración de documentos y recomendaciones para las empresas que administran las redes sociales y entornos digitales más utilizados, como *Facebook* y *Google*. Asimismo, una organización como *chequeado.com* ha desarrollado un compendio de



recomendaciones para corroborar fake news. En el ámbito de los medios públicos, la agencia estatal de noticias *Télam* presentó en el 2020 la plataforma *Confiar* que procesa y presenta información confiable sobre la pandemia.

La problemática alcanza países y regiones diversas y su solución reviste una importancia estratégica para los gobiernos, puesto que el desarrollo eficaz de las políticas de pandemia se vio condicionado en sus diferentes etapas por la sobreinformación y la circulación de fake news que afectaron la conciencia ciudadana y las estrategias de prevención en torno al virus COVID-19.

Desde esta perspectiva, y teniendo en cuenta los hallazgos de la presente investigación, consideramos que la planificación pública comunicacional del futuro incierto, como el que se ofrece para la “postpandemia”, aparece como un proceso de construcción plural (los futuros posibles) entre diversidades (los entes estatales y la sociedad en su conjunto) y considerando las múltiples complejidades que reviste la agenda pública en contextos de crisis y de riesgo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado-Guadalupe, G., & Bernaola-Serrano, I. (2020). Verificación en la infodemia de la Covid-19. El caso Newtral. *Revista Latina De Comunicación Social*, (78), 289-308. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1478>.
- Aleixandre-Benavent, Rafael; Castelló-Cogollos, Lourdes; Valderrama-Zurián, Juan-Carlos (2020). “Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información”. *Profesional de la información*, v. 29, n. 4, e290408. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>.
- Alfonso Sánchez, I., & Fernández Valdés, M. (2020). Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de COVID-19. *Anales De La Academia De Ciencias De Cuba*, 10(2), e882. Recuperado de <http://revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/882/889>.
- Amado Suárez, A. et. al. (2008). Auditoría de comunicación: un método de análisis de las comunicaciones públicas. La Crujía.
- Aminahuel, A. (2021). “Política, federalismo y descentralización. Claves para el análisis de las políticas de pandemia en Argentina”. En *Perspectivas Revista de Ciencias Sociales*. Año 5 No. 10 Julio– Diciembre 2020. Universidad Nacional de Rosario.
- Arroyo-Sánchez AS, Cabrejo J, Cruzado M. (2020). “Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019”. *An Fac med*. 2020; 81(2):230-3. DOI: <https://doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>.
- Aruguete, N. (2015). El poder de la agenda: política, medios y público. Biblos.
- Becerra, M. (2015). De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina. Paidós.
- Bizberge, Ana, & Segura, María Soledad. (2020). Los derechos digitales durante la pandemia COVID-19 en Argentina, Brasil y México. *Revista de Comunicación*, 19(2), 61-85. <https://dx.doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a4>.

- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Siglo XXI.
- Canel Crespo, M. J. (2006). Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica. Tecno.
- Castelli, S. (2020). "Infodemia y brutalización del debate público". Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020 ISSN 2469-0910. [http://periodismo.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas\\_FPyCS](http://periodismo.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas_FPyCS) | Universidad Nacional de La Plata.
- Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Alianza Editorial.
- Crespo, I. (dir.) (2020). La comunicación política en tiempos de pandemia: el impacto del covid-19. Revista Más poder local. Murcia, España.
- De Moraes, D. (2011). La cruzada de los medios en América Latina. Paidós.
- Díaz, C. (2021). "Cuidar y confiar. Los desafíos retóricos del Estado ante la pandemia Covid-19". Revista de Políticas Sociales, Año 7, Nro. 7, Verano 2021. ISSN: 2347-1204. Universidad de Moreno.
- Elizalde, L. y Riorda, M. (eds.) (2013). Comunicación gubernamental 360. La Crujía.
- Franco, Juan Víctor Ariel, & Sguassero, Yanina. (2020). Pandemia por COVID-19 e infodemia: retos y oportunidades para la síntesis confiable y actualizada del conocimiento. Revista Argentina de Salud Pública, 12(Supl. 1), 8. Epub 01 de octubre de 2020. Recuperado en 10 de octubre de 2021, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-810X2020000300008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-810X2020000300008&lng=es&tlng=es).
- García Canclini, N. (2012). "Introducción: Comunicación y Derechos Humanos". En: Montiel, A. (coord.) (2012). Comunicación y derechos humanos (pp. 17-28). UNAM, AIECS/IAMCR.
- García Delgado, D. y Gradin, A. (2016) "Neoliberalismo tardío y desestructuración del demos: El poder toma el poder", en Revista Estado y Políticas Públicas N°7, Octubre 2016, Buenos Aires.
- García Delgado, D. (1994) Estado y Sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural. FLACSO.
- García Linera, A. (2014) "Democracia, Estado, Nación". La Paz: Vicepresidencia del Estado Plurinacional, Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional.
- García-Marín, David (2020). "Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas fake y fact-checking en la crisis de la Covid-19". Profesional de la información, v. 29, n. 4, e290411. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.11>.
- García-Saisó S., Martí M., Brooks I., Curioso W. H., González D., Malek V., et al. (2021). "Infodemia en tiempos de COVID-19. Rev Panam Salud Publica. 2021; 45: e89. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.89>.
- González Clavero M. V., Rodríguez Bazán G. (2021). "Gestión informativa de la infodemia en medios digitales: experiencia de las agencias de noticias". Rev Panam Salud Publica. 2021; 45: e25. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.25>.
- Haraki CAC (2021). "Estratégias adotadas na América do Sul para a gestão da infodemia da COVID-19". Rev Panam Salud Publica. 2021;45: e43. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.43>.

- Jenkins, Henry (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Krippendorff, Klaus (1997). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- López-Pujalte, C., & Nuño-Moral, M. V. (2020). La “infodemia” en la crisis del coronavirus: Análisis de desinformaciones en España y Latinoamérica. *Revista Española De Documentación Científica*, 43(3), e274. <https://doi.org/10.3989/redc.2020.3.1807>.
- Losada Maestre, R. (2020). “Las fake news en las crisis de la sociedad digital”. *Más Poder Local*. ISSN: 2172-0223. Número 41, Abril 2020, pp. 48-50.
- Marafioti, R. y Bonnin, J.E. (2018). *Voces en conflicto. Enunciación y teoría de la argumentación en la audiencia por la ley de medios*. UNM Editora.
- Mastrini, G.; De Charras, D. y Bizverge, A. (2013). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. La Crujía.
- Moragas, M. (2012). “Políticas democráticas de comunicación”. En: Montiel, A. (coord.) (2012). *Comunicación y derechos humanos* (pp. 153-160). México: UNAM, AIECS/IAMCR.
- Nieves-Cuervo G. M., Manrique-Hernández E. F., Robledo-Colonia A. F., Grillo A. E. K. (2021). “Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Rev Panam Salud Pública*. 2021;45:e44. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>.
- O'Donnell G. y Oszlak, O. (1981). *Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación*. CEDES.
- Ottaviano, C. (2020). *Derecho humano a la comunicación. Desconcentración, diversidad e inclusión*. Buenos Aires: Punto de Encuentro y UNDAV ediciones.
- Riorda, M. (2020). “Antes de comunicar el riesgo o la crisis hay que diferenciarlos”. *Más Poder Local*. ISSN: 2172-0223. Número 41, Abril 2020, pp. 20-23.
- Riorda, M. (2011). “La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental”. *Revista Politai*, Vol 2, Num. 3, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Rodríguez, M. y Aminahuel, A. (2021). “El desafío de comunicar el riesgo en clave federal. Análisis de la política comunicacional del gobierno argentino en el marco de la pandemia COVID-19”. Ponencia presentada en el XXIII CONGRESO RED-COM Paraná, Entre Ríos, 28 al 30 de octubre de 2021, Comunicación y derechos en el contexto de la pandemia: escenarios, debates y desafíos en la formación.
- Rodríguez, M. (2020). “Comunicación política sociodigital: comunidades en red en América Latina”. En: Théorêt. I. et Viallon, P. (dir.), *La liberté d'expression à l'ère numérique. De l'infox à l'intelligence artificielle* (pp.528-557). Les éditions de l'immatériel.
- Rodríguez, M. (2019). “Estar online para influir offline: Comunicación y participación ciudadana en comunidades socio-digitales en Argentina y Brasil”. En: Zerega, M. y Gómez Cogliano, M. (coord.) (2019). *Mundos digitales: paradojas de la vida digital* (pp. 19-41). Universidad Casa Grande.

- Rodríguez, M. y Melano Cassina, F. (2018). "Estrategias metodológicas para el análisis de comunidades virtuales". 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Repositorio digital UNVM. [http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/doc\\_num.php?explnum\\_id=1999](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=1999).
- Saintout, F. y Varela, A. (dir.) y Bruzzone, D. (comp.) (2015). Voces abiertas de América Latina. Comunicación, política y ciudadanía. CLACSO.
- Sánchez-Duarte, J. M., & Magallón Rosa, R. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD, 31-41. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- Sanchez Galicia, J. (2020). "La célula de crisis ante el Covid-19". Más Poder Local. ISSN: 2172-0223. Número 41, Abril 2020, pp. 51-53.
- Vázquez Luna, J. (2020). Las noticias falsas (fake news), la desinformación y la infodemia durante la pandemia de la COVID-19. Sintaxis. Revista Científica Del Centro De Investigación Para La Comunicación Aplicada, 189-202. <https://doi.org/https://doi.org/10.36105/stx.2020edescovid-19.09>.
- Verón, E. (1993). La semiosis social. Gedisa.
- Vilas, C. (2007) Pensar el estado. Universidad Nacional de Lanús.
- Vilas, C. (2011) Después del neoliberalismo. Estado y procesos políticos en América Latina. Universidad Nacional de Lanús.
- Vilas, C. (2013) El poder y la política. El contrapunto entre razón y pasiones. Biblos.
- Wolton, D. (2006). Salvemos la comunicación. Gedisa.



Las fake news en el contexto ecuatoriano a  
inicios de la pandemia de COVID-19

Fake news in the Ecuadorian context at the  
beginning of the COVID-19 pandemic

Fake news dans le contexte équatorien au début  
de la pandémie de COVID-19

MEYSIS CARMENATI GONZÁLEZ

*Universidad Central del Ecuador, Ecuador*  
mcarmenati@uce.edu.ec

KAREN ANDREA PONCE LUCAS

*Universidad Central del Ecuador, Ecuador*  
kponce953@gmail.com

## Resumen

Esta investigación se interroga sobre la capacidad, o no, de las fake news para impactar en el sentido común y abrir caminos a la imaginación política antisistema: es decir, la interrogante de si la circulación de noticias falsas puede desestabilizar, de alguna forma, la racionalidad hegemónica imperante, o, al contrario, cumple un rol funcional en el mantenimiento de sus bases productivas. Se trata de entenderlas como una expresión de las nuevas condiciones de reproducción del capitalismo, de las formas que asumen la ideología y la cultura en un contexto marcado por profundas crisis estructurales, y que adquieren propósito y sentido en el marco de tales crisis. Por tanto, el objetivo del texto es identificar, mediante la metodología del Análisis Crítico del Discurso, los modelos y representaciones sociales que predominan en un grupo de fake news difundidas en Ecuador durante los primeros tres meses de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. De esta manera, se espera aportar al entendimiento de su uso instrumental y su capacidad para re/crear y/o profundizar las condiciones de reproducción del capitalismo o, en caso contrario, contribuir a desestabilizar el régimen de verdad que da cohesión al sistema.

**Palabras clave:** fake news; posverdad; Ecuador; pandemia Covid-19; Análisis Crítico del Discurso.

## INTRODUCCIÓN

En años recientes se han instalado, en el discurso sobre los medios de masas, los conceptos de posverdad y fake news. Steve Tesich ya menciona el primero en un artículo titulado *A Government of Lies*, el 13 de junio de 1992, en *The Nation* (Ródenas, 2020). Tesich, reconocido como uno de los primeros en usarlo (Ramos, 2018), escribía sobre el escándalo de Watergate y la Guerra del Golfo durante el gobierno de George H. W. Bush.

Así presentado, el problema parece un fenómeno de fin de siglo, pero afirmarlo sería arriesgado. La visión de los medios como expositores no de hechos e informaciones veraces, sino de mensajes manipulados con un fin claramente instrumental, dista de ser nueva. Mucho antes ya se temía la capacidad de las empresas mediáticas para establecer una agenda en la opinión pública mediante la desinformación. Entre los debates más conocidos sobre una comunicación mediada no centrada en la difusión de hechos sino en la persecución de ciertos intereses, puede mencionarse a Walter Lippmann (1965), con su apuesta por la manufactura del consenso; y el estudio sobre la campaña radial de Kate Smith para la compra de bonos de guerra, realizado por Robert Merton, Marjorie Lowenthal y Alberta Curtis (Merton *et al.* 1946). Estos últimos concluyeron que la propaganda mediática distorsionaba la realidad a través de mistificaciones y engaños, usando las visiones e inclinaciones del auditorio para lograr mayor impacto. Argumentos similares se exponen hoy al explicar la agenda sobrevenida respecto a las fake news y la posverdad.

Por tanto, durante la primera mitad del siglo pasado ya se sospechaba que los medios tergiversaban los hechos, o los presentaban orientados a determinados fines que no necesariamente coincidían con el interés general, ni con el derecho democrático a la información veraz y de calidad. Entre los ecos hipodérmicos y el escenario funcionalista de una parte de la sociología norteamericana, ya se había gestado la incertidumbre sobre el poder de un discurso masificado para gestionar comportamientos, estados de ánimo, reacciones populares. No mucho después, en el contexto de posguerra, *The End of Ideology*, de Daniel Bell (1960) optará por una actitud contraria, al defender y elogiar el que millones de personas pudieran conducirse desde estos parámetros homogéneos. El cine y la televisión serían los educadores de las nuevas generaciones, les dirían qué pensar, mientras, la relación entre el contenido del mensaje y sus efectos pasaba por secundaria.

Por supuesto, hoy esas noticias sin sustento real no se producen, ni exclusiva ni principalmente, en los grandes conglomerados de la información. Pero ya existían, entonces, análisis que superaban cierto afán descriptivo y rompían, de una vez, la lógica unidireccional de estímulo y respuesta, producto del esquema arquetípico lasswelliano; uno que, en la época de las tecnologías digitales, ya no puede enfrentar el dilema de la posverdad y la producción, “casera”, de fake news.

Ante muchas de estas visiones, la primera generación de la Escuela de Frankfurt respondería de modo contundente. Más allá de los anhelos explicativos de la ciencia empírica sobre los efectos, los filósofos migrantes sostuvieron que el fondo del

debate entre “apocalípticos e integrados” (Eco, 1968) se explica debido a las formas que estaban asumiendo la ideología y la cultura, como instrumentos para enfrentar las crisis estructurales, frente a las nuevas condiciones de reproducción del capitalismo (Horkheimer, 1972).

Esta idea es el punto de posicionamiento teórico desde el cual se desarrolla el análisis aquí expuesto y la perspectiva epistemológica que permite abordarlo. En lugar de una comunicación mediada pensada en clave de víctimas y victimarios, o de estímulo-respuesta, lo que sería asunto de otros estudios, esta investigación instala la pregunta de la capacidad, o no, de las fake news para impactar en el sentido común (Gramsci, 1999) y abrir caminos a la imaginación política antisistema: es decir, la interrogante de si esta circulación de noticias falsas puede desestabilizar, de alguna forma, la racionalidad hegemónica imperante, o, al contrario, cumple un rol funcional en el mantenimiento de sus bases productivas.

Para ello, se parte de la siguiente premisa: en concordancia con las tesis anteriores de M. Horkheimer y T. Adorno (1972; 1994), se cree que las fake news pueden considerarse una expresión de las nuevas condiciones de reproducción del capitalismo, de las formas que asumen la ideología y la cultura en un contexto marcado por profundas crisis estructurales, y que adquieren propósito y sentido en el marco de tales crisis. Para avanzar en este camino, el texto se plantea como objetivo identificar los modelos y representaciones sociales que predominan en un grupo de fake news difundidas en Ecuador durante los primeros tres meses de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. De esta manera, se espera aportar al entendimiento del uso instrumental de las noticias falsas y su capacidad para re/crear y/o profundizar las condiciones de reproducción del capitalismo o, en caso contrario, contribuir a desestabilizar el régimen de verdad que da cohesión al sistema.

## MÉTODO Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para el análisis se identificaron cerca de 230 noticias falsas localizadas mediante la exploración en la web y en la red social Facebook, producidas todas fuera de los grandes medios de comunicación, durante los primeros 3 meses de la pandemia (de marzo a mayo del 2020). La mayor parte se obtuvo de la página Ecuador Chequea (2020, mayo), que detectó 192 fake news durante esos meses. De esa muestra, se seleccionaron aquellas que se relacionaban con la crisis sanitaria en el contexto específico del Ecuador, o que fueron publicadas en páginas de ese país, lo que redujo el número a 35 y permitió definir una estrategia metodológica.

Esta se basa en el Análisis Crítico del Discurso (ACD), mediante 3 categorías utilizadas por T. A. van Dijk: a) *esquemas discursivos* (esquemas textuales), ayudan a entender cómo se organizan y conectan coherentemente “las categorías convencionales que definen la entera forma canónica de un discurso” (van Dijk, 1999, p. 186); b) *macroestructuras semánticas*, son “explicaciones teóricas de significados globales, temas o asuntos del texto” (van Dijk, 1983, p. 93); y c) los *modelos de contexto*. Estos últimos son representaciones sociales y constructos mentales dinámicos, no fijos ni estables, que permiten reconocer vivencias, emociones, conocimientos y visiones, de acuerdo con la interpretación y a las inferencias sobre un discurso. Los modelos funcionan a través de una interfaz socio-cognitiva que teje el nexo entre lo subjetivo



e intersubjetivo en toda situación de habla. De ahí que permitan entrever relaciones como las de poder y autoridad, concepciones y explicaciones del mundo implícitas o explícitas, etc. (van Dijk, 2001).

Este método admite sistematizar información relevante sobre la forma en que se estructura una fake news (esquemas discursivos), cuáles son los temas que aborda, los personajes o instituciones más mencionados (macroestructuras semánticas) y, especialmente, qué lecturas propicias, es decir, cuáles son las representaciones sociales y visiones que pueden encontrarse en estas noticias falsas. Desde la teoría de los modelos de contexto se espera identificar el régimen interpretativo que enmarcan las fake news de la muestra, es decir, cuáles son las interpretaciones posibles, cuál es el sentido del mundo que manifiestan, y si este puede o no considerarse un discurso contrahegemónico en el sentido gramsciano del término (Gramsci, 1999).

Como se ha expuesto, parece sensato afirmar que las noticias falsas siempre han existido, y lo que probablemente ha cambiado, en esencia, son sus canales de producción y difusión, debido fundamentalmente a la aparición de los escenarios digitales. Gorriti (2018) explica que si bien durante la Guerra Fría no se habló nunca de fake news fueron frecuentes los reclamos por la desinformación, producida intencionalmente desde grandes medios. El relato sobre la transmisión radial de “La guerra de los mundos” de H.G. Wells es prueba suficiente de que no estamos ante el nacimiento de nada, sino ante la posibilidad de visibilizarlo y colocarlo en un debate sobre las condiciones materiales concretas de su existencia, y de las formas en que ha cambiado y se ha dinamizado.

¿Cuándo comienza a nombrarse este asunto con la directa nomenclatura de “falsa noticia”? Según Richter (2018) el término *fake news* es acuñado por primera vez a fines del siglo XX en EE.UU., a partir de tres acontecimientos que ocurrieron en el año 2016: el referéndum sobre el Brexit en Inglaterra; el referéndum por el que se objetaron los acuerdos de paz con las FARC en Colombia; y las elecciones presidenciales estadounidenses en las que Hillary Clinton fue derrotada por Donald Trump. Los tres casos cobraron notoriedad mediante las redes sociales, lugar donde se difundieron un sinnúmero de noticias falsas (Richter, 2018).

El reconocimiento de las fake news como un problema sobreviene luego de las mencionadas elecciones (Salas, 2019). Por un lado, sobraba evidencia de la circulación de informaciones sensacionalistas sin fundamento demostrable, abierta y públicamente; por otro, parecía claro el impacto que supuestamente tuvo en el resultado de la contienda. Con todo, atribuir la presidencia de Donald Trump a una campaña de desprestigio, en un contexto electoral, parece una explicación hipodérmica y unidireccional de cómo funcionan las decisiones en cuanto al voto. Pero no es materia que podamos abordar en este análisis.

¿Cómo definir las fake news? De acuerdo con Rodríguez Pérez (2019), la desinformación es un concepto más adecuado para nombrar los eventos falsos que se difundan. En cambio, las fake news son una narrativa de ficción que nada tiene que ver con lo noticioso. Aquí hay una separación de tipo institucional, entre el discurso de empresas de medios y las opiniones privadas que surgen en las computadoras de los hogares, sin una política editorial detrás –lo que no significa que sean menos políticas–. Pero trazar esa línea sería adjudicar un presupuesto de veracidad a un

discurso solo por el espacio en que se produce, cuando hay certezas suficientes para constatar que los testimonios engañosos se localizan tanto en las corporaciones de la información como en la voz de creadores anónimos, ya sean individuales o grupales, independientes o al servicio de alguien.

Mottola (2020), en cambio, sostiene que la clave está en el “sensacionalismo”, con el propósito de atrapar a la audiencia y conseguir mayor impacto mediante la exageración. Por su parte, Ulrich Richter (2018) explica que las fake news poseen la misma estructura de una nota periodística, por ello se vuelven más reales y asimilables, y se propagan con mayor facilidad. Burgos (2018) apunta que un rasgo esencial es precisamente su apariencia de formalidad e imparcialidad, y el cómo se asemejan a una noticia real. Al mismo tiempo, se producen con un propósito, ya sea desinformar, confundir o influir en la opinión de las audiencias (Sued y Rodríguez, 2020). Amorós (2018) señala que: “no se crean por diversión, sino para obtener un beneficio. Y este puede que sea económico, político o ideológico” (pp. 22-23).

Un aspecto importante tiene que ver con su recepción. De acuerdo con Amorós (2018), un grupo de personas está en disposición de acogerlas cuando refuerzan sus prejuicios y opiniones: es decir, a determinado público se le hace más fácil creer en una noticia falsa si esta le da la razón, si coincide con su sistema de valores o ideas. Además, utilizan lenguaje sencillo para ser entendidas por un amplio público, pero, en ocasiones, también terminología más compleja, en asuntos de salud o economía, con el fin de adquirir mayor credibilidad. Muchas se basan en hechos reales (Mottola, 2020). Suelen incluir datos y fuentes, construyendo un relato informativo creíble. Usan titulares impactantes, revelaciones que nos convencen o indignan y una apariencia legítima y confiable (Amorós, 2018). En resumen, la forma en la que están estructuradas no permite diferenciar fácilmente si una información es verdadera o falsa. Muchas veces, se sabe a simple vista que es una fake news gracias a otra de sus características: la abundancia de sátira, parodia, el uso del humor y la exageración, pero usando formatos similares a los de las noticias periodísticas (Sued y Rodríguez, 2020).

## LOS PRIMEROS MESES DE LA PANDEMIA

Las noticias falsas seleccionadas para el estudio se difundieron entre marzo y mayo del 2020, los tres primeros meses de contagios en el país. Este marco temporal es relevante porque las condiciones de confinamiento abrieron las puertas a una creciente circulación de fake news (Chavero e Intriago, 2021). Es posible que muchas personas contaran con mayor tiempo y disponibilidad para hacerlas, y el aumento de exposición e interactividad en la web permitió que se compartieran más. Pero el análisis de la muestra se realiza en este contexto por considerarse especialmente sensible, donde la responsabilidad respecto a cualquier opinión compartida adquiriría un matiz ético particular. La crisis sanitaria ocasionada por la pandemia de Covid-19, en Ecuador, reforzó y recrudeció otras crisis estructurales preexistentes, acumulando los procesos de precarización, regresión de derechos, pauperización y despojo que ya se habían instalado en la sociedad sudamericana.

El 29 de febrero de 2020 se registra el primer caso de coronavirus en un país donde, solo tres meses atrás, en octubre de 2019, ocurrió un levantamiento popular

durante 12 días, en reacción a un grupo de medidas regresivas en materia de derechos, impuestas por el gobierno de Lenín Moreno, como la eliminación del subsidio al precio de los combustibles y “la supresión inminente de 10.000 plazas de empleo adicionales a las 23.000 que habían sido ya eliminadas en meses anteriores; la reducción del 50% del período de vacaciones y la donación de un día de sueldo de los empleados públicos” (Unda, 2020, p. 353), entre otras.

Pese a las disposiciones implementadas para evitar contagios, los casos se dispararon sin control, lo que llevó a la Ministra de Salud, Catalina Andramuño, a renunciar el 21 de marzo, en medio de la emergencia, aludiendo que no contaban con recursos para enfrentar la situación (Trujillo, 2020; Rosero, 2020). El impacto del virus fue enorme como demuestran los siguientes datos:

Ecuador tiene tasas de positividad (64,97), letalidad (5,86%) y mortalidad por cada 10.000 habitantes (1,04) sobre la media mundial y un exceso de mortalidad del 77,37% desde marzo hasta agosto. Además, al ser uno de los países con menor número de tests realizados es evidente que el subregistro de datos no refleja la gravedad de la COVID-19 (Parra y Carrera, 2020, p.1).

Cuando el virus llegó al Ecuador ya la salud pública estaba en crisis. Desde 2019 se venían realizando “recortes al gasto público y, en particular, al gasto de inversión, que se redujo en 2,1 puntos del PIB entre 2018 y 2019” (King, 2020, p. 7). Como consecuencia, a finales de junio de 2020 el país alcanzó la mayor sobretasa de muertes, respecto al año anterior, en toda América Latina. Esto, junto a la reducción de la jornada laboral, el desempleo, los recortes a los sectores de salud y educación, fue agravando la situación de precariedad que tuvo su clímax en la reducción salarial del personal de salud durante la emergencia, y el despido de miles, además de la escasa inversión en insumos médicos (King, 2020). Asimismo, durante ese tiempo se descubrieron varios casos de corrupción, los más relevantes probablemente son la compra de insumos y equipos médicos a sobreprecio, y la adquisición de 4000 bolsas para cadáveres, cada una a USD 140 cuando en el mercado su precio era de USD 12 (Redacción Primicias, 2020).

Dado que se trata de un contexto de crisis sanitaria, con los agravantes del abandono del sector público, la profundización de crisis estructurales y la inestabilidad económica, social y política, se puede esperar que en las noticias falsas se manifieste, de alguna forma, tal estado de cosas, así como las posturas en torno. No es de extrañar que, en la opinión pública, se haya situado una sensación de descontento y una visión negativa sobre la gestión de la crisis. Ambas cuestiones se reflejan, pero solo a modo de una reacción satírica centrada fundamentalmente en ridiculizar actores políticos e instituciones, sin ir más allá.

## RESULTADOS

El objetivo planteado es identificar los modelos y representaciones sociales que predominan en un grupo de 35 fake news difundidas en Ecuador durante los primeros tres meses de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Por tanto, el análisis se centró en la clasificación de actores e instituciones, de los temas y significados globales y de las representaciones sociales que conforman los modelos de contexto presentes en la producción de noticias falsas.

En las 35 notas analizadas se mencionan 10 instituciones gubernamentales, nacionales y regionales. Se incluyen además otras dos no propiamente ecuatorianas, pero con enorme presencia en el país: la iglesia católica y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Aparecen 10 actores, todos del ámbito de la política, y una mención a Fernando del Rincón, periodista de CNN. Entre los más nombrados están el entonces presidente Lenín Moreno en cuatro ocasiones, y en dos, respectivamente, el expresidente Rafael Correa, Jacobo Bucaram, hermano del exmandatario Abdalá Bucaram, la alcaldesa de la ciudad de Guayaquil Cynthia Viteri, el vicepresidente Otto Sonnenholzner y la ministra de Gobierno María Paula Romo.

De las 35 noticias falsas, 18 son críticas, a modo de sátira, de la mala gestión de la crisis sanitaria por la presidencia y las instituciones de la administración pública. Un tema reiterado en esta sub-muestra (5 notas de 18) es el de la corrupción, tópico que ha sido frecuentemente abordado por los medios de comunicación (Espinosa, 1994) y que seguramente refleja el estado de opinión respecto a varios casos descubiertos durante los meses del estudio. Un rasgo similar en estas 18, y en la totalidad de las fake news escogidas, es el tono emocional y el uso de la parodia y el sarcasmo para referirse a temas medulares de la política nacional. Predominan las notas que ridiculizan al presidente Moreno, a la Asamblea, a la alcaldesa Cynthia Viteri, a la gestión de alcaldías, del Ministerio de Salud y de la Fiscalía General: en pleno a toda la institucionalidad pública.

En otras seis de las fake news se encuentran contenidos discriminatorios, estereotipos sexistas y racistas. Es el caso de las representaciones en dos notas sobre la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), que muestra a los pueblos que la integran como irresponsables y ambiciosos, incapaces de entender la gravedad de la situación sanitaria. Otro ejemplo es “Yaku Perez busca curar el coronavirus con medicina ancestral”, que hace referencia al prefecto de la provincia de Azuay, integrante de una nacionalidad indígena.

El resto de las noticias falsas se refieren a la enfermedad dando consejos y recomendaciones de cómo tratarla. Un total de ocho indican que el virus puede evitarse con el consumo de aspirina, mentol o ajo; que es en realidad una bacteria que se elimina con antibióticos; que las mascarillas intoxican; o hablan de cifras irreales de muertes de jóvenes o del contagio en algunas ciudades como Guayaquil, Manta y Riobamba.

Respecto a las representaciones y modelos de contexto, se destaca un reiterado descontento y desconfianza en la respuesta de las autoridades encargadas de enfrentar la crisis, una imagen deslegitimada de la administración pública en general. Esto, por supuesto, es un reflejo de la situación real, pero no solo eso, habla también de una crisis de representatividad (Bonetto, 2009), de la poca credibilidad y legitimidad de las instituciones y autoridades públicas, de la falta de confianza en su gestión y en su capacidad para enfrentar los problemas de la sociedad. Con todo, no hay que olvidar que el ataque al sector público es una práctica que se ha normalizado en el marco de la ideología neoliberal (Harvey, 2020; Brown, 2017), y que puede funcionar como modelo desde el cual la ciudadanía gestiona su frustración respecto a una administración deficiente; lo que además revela las condiciones de un estado de mínimos e, irónicamente, de un contexto atravesado por el mismo ajuste neoliberal.

El hecho de que esto se refleje en noticias falsas “caseras”, en un escenario donde las generaciones actuales tienen mayor acceso a la información que nunca antes, convierte este ámbito de la producción de mensajes en la primera línea de cohesión del sistema, pero, al mismo tiempo, en el lugar donde con más facilidad empieza a fracturarse su régimen de verdad, el conjunto de relatos sobre la realidad que lo sostienen. Es en ese sentido que la circulación abierta, indisciplinada, caótica, de noticias falsas “hechas en casa”, puede indicar dos deducciones palpables.

Primero, existe un grupo de personas que maneja la estructura de la comunicación mediada, que sabe organizar una nota usando los esquemas discursivos tradicionales (lead-cuerpo-fotografía-pie de foto) de una información de prensa, y que no tiene escrúpulos en usarla para burlarse de políticos, instituciones, organizaciones sociales, etc. Esto habla de un uso de la web y las redes sociales para expresar inconformidad y, de alguna forma, contribuir a esa función de vigilancia y monitoreo que el escenario digital permite (Keane, 2009) al evidenciar la mala gestión de la crisis. Cabe decir que esta es una manera de visibilizar la irresponsabilidad del Estado en la defensa de las garantías ciudadanas, como la salvaguarda de la vida y el acceso a la salud, por solo mencionar las más elementales de ese contexto.

Segundo, si esto es posible para personas diversas que lo hacen espontáneamente, también lo es para colectivos organizados que responden a ciertos intereses y que poseen el poder y los medios para llevarlo a cabo, como grupos a favor de las armas, supremacistas blancos, organizaciones en contra de los derechos de las mujeres, fundamentalistas, etc. El fenómeno de los INCEL (Hoffman, Ware y Shapiro, 2020) habla del alcance que puede tener un mensaje en determinado escenario. Por tanto, nada se ha avanzado esencialmente, y la evidencia de esa crisis de representatividad, expuesta en la factura de fakes que deslegitiman a gobernantes e instituciones tradicionalmente reconocidas, no es ni buena ni mala en sí misma. Tampoco debe olvidarse que ocho de las 35 fake news revisadas daban recomendaciones peligrosas sobre cómo enfrentar el virus con remedios naturales y cifras irreales de contagios que podían provocar mayor inseguridad en los lectores.

## CONCLUSIONES

Las notas analizadas muestran decepción y una enorme pérdida de legitimidad respecto a la administración pública, el gobierno y sus representantes, las alcaldías, los ministerios y la asamblea. Pero también critican estos personajes y entornos desde discursos que, por un lado, van a reproducir estereotipos de género y argumentos clasistas y racistas y, por otro, suelen quedarse en la burla, el descrédito y la catarsis.

Aunque esto mueve y dinamiza la comprensión pública de las esferas de poder, no representa en sí mismo una vía de análisis o reflexión sobre los problemas apremiantes de la realidad, mucho menos logra instalar la discusión sobre un proyecto o camino alternativo. No se identifica una crítica a estos personajes e instituciones que se interrogue sobre, o visibilice siquiera, la interrelación con las condiciones materiales del sistema capitalista o del avance del neoliberalismo, excepto en una breve mención sobre la dependencia del gobierno con los compromisos del Fondo Monetario Internacional (FMI). En los modelos que estas fake news enmarcan, no se perciben las acciones de políticos, o la inacción de las instituciones aludidas, como

una expresión de cuestiones estructurales. En el mejor de los casos, se denuncia y se protesta frente a un hecho particular aplicando juicios de valor, generalmente indirectos o implícitos.

Si bien lo más relevante de la muestra es la intención clara de ridiculizar, la burla, la parodia, mediante un lenguaje emocional que interpela directamente y reclama al poder público, no se identificaron representaciones o modelos de contexto que puedan sugerir que las fake news son un espacio desde el cual se impacta en el sentido común (Gramsci, 1999), en el sistema de valores y visiones del mundo hegemónicas. De hecho, particularmente relevante resulta que los dos temas que más aparecen se refieran a la corrupción y la mala gestión, pero ambas del sector público. Estas visiones se han instalado en la opinión pública desde hace algún tiempo, como parte de una agenda neoliberal implementada con éxito en el país sudamericano (Botero, 2020; Espinosa, 1994). Junto a estos modelos predominantes, las otras representaciones que se localizan optan por: a) reproducir estereotipos sexistas, clasistas y racistas, los últimos respecto a las comunidades indígenas, y b) las tentativas de desinformar sobre el carácter de la enfermedad, su impacto y las formas de combatirla, que dejan la preocupación sobre cuáles son los fines que hay detrás de semejantes recomendaciones perjudiciales.

Todo lo anterior activa un conjunto de interrogantes acerca del rol de las fake news en la producción social de sentido, en las formas de apropiación y recreación de los sistemas de representaciones y referencias que permiten la interacción y conforman toda comunidad política. Cuando se usa el término posverdad se presupone una manera específica de considerar la opinión pública, como una audiencia interpelada en sus emociones, visiones del mundo y creencias, dando por sentado que, en alguna medida, estas se pueden manipular desde cualquier post, y ya no solo desde los medios tradicionales. Al respecto, Fernández (2017) indica que esta falsedad es aceptada no por desconocimiento, sino porque se prefiere esa versión. Es decir, son las personas las que eligen este camino: reemplazar lo verdadero por lo falso, pero ¿Por qué lo hacen?

Según Ramos (2018) una de las razones por las que se acepta un discurso político engañoso o parcial, antes que la verdad, es para no escuchar malas noticias. Pero eso no se ajusta a la muestra analizada, pues el mismo contexto de crisis significó que algunas notas falsas reprodujesen contenidos incluso peores de los que podían encontrarse en la prensa y la televisión, no tan dispuestos a presentar la situación como extremadamente caótica. Si la posverdad funcionara como un analgésico, un tranquilizante o una capa protectora (Ródenas, 2020) esto se aplicaría a las fake news que desinforman sobre supuestos remedios ante el virus, pero eran solo cuatro de las 35 estudiadas. El resto podría encaminarse más hacia la definición de Oros (2020), para quien la posverdad es el efecto de una opinión popular que predomina sobre los hechos objetivos. Es decir, las creencias, las suposiciones y supersticiones influyen en los acontecimientos reales llegando a distorsionarlos, todo esto bajo un propósito: causar miedo e incertidumbre en la población.

Más relevante aún parece la conclusión de Mayoral et al., (2019), para quienes no significa «falsedad». Alude a un estado de confusión e incertidumbre en el que conceptos como «verdad» o «mentira» han sido previamente neutralizados: “Porque,



cuando predomina la sensación de que nada es comprobable, se impone un escepticismo general que impide hablar de hechos verdaderos o falsos" (p.396). Esta visión del problema se enfoca en conclusiones similares a las de Horkheimer y Adorno (1972; 1994) sobre la mistificación, y el cómo ambas son manifestaciones de crisis estructurales y herramientas que responden a las formas que asumen la ideología y la cultura en los contextos marcados por dichas crisis.

¿Es la posverdad la que conduce a las personas a un estado de confusión y perplejidad, y hace que acepten como verdadero lo que leen en un post y desean creer? O, en cambio, es este estado de incertidumbre el que existe previamente creando condiciones de posibilidad para que un fenómeno como el de la posverdad y las fake news se normalice. En lugar de una distinción causa-efecto parece necesario analizar esto desde un punto de vista dialéctico, donde ambos fenómenos deben considerarse en su interrelación orgánica, y como una cristalización del sistema de relaciones sociales.

La posverdad resurge con fuerza en un mundo globalizado, en el que las interacciones entre las personas se generan de forma rápida y superflua, no importan distancias ni tiempos al momento de informar, y cada individuo busca su propia satisfacción por medio del conformismo y el consumismo (Oros, 2020). Se trata de un contexto en el cual perseguir la verdad ya no resulta rentable. Los nuevos lugares donde se producen y fabrican historias son las redes virtuales y en estas se genera un cambio en el comportamiento mediático de una sociedad formada por internet (Mittermeier, 2017). Barrientos et al. (2017) afirman que este cambio nos introduce en un contexto ambiguo, complejo, dinámico y desconocido; diferente al de la sociedad postindustrial en la que todo era regulado y estandarizado.

En concordancia, se ha desarrollado el uso de algoritmos en las diferentes plataformas sociales, que ofrecen un mundo personalizado, adaptable a nuestras ideas, intereses y deseos. Un mundo que se aleja de los acontecimientos reales (Ródenas, 2020). Las fake news son el tren de alta velocidad que lleva a la posverdad, al reinado de las emociones y creencias personales por encima de los hechos contrastados y verificados, dando paso a una realidad "donde solo mi verdad importa" (Amorós, 2018, p. 211).

De cualquier modo, queda la interrogante sobre qué motiva a las personas a crear y compartir fake news, cuáles son las intenciones que hay detrás. Esta incertidumbre obliga a revisar con más profundidad el fenómeno de su producción privada, no institucional, y las disputas ideológicas que acompañan desde su factura hasta su recepción por quienes las leen y comparten. Hasta donde permite este análisis, no hay pista alguna de que promuevan un pensamiento crítico fundado en modelos que reflejen el carácter estructural de las mismas cuestiones que denuncian. Al contrario, parece claro que son una expresión de crisis estructurales y contingentes, pues funcionan como instrumentos de desinformación. De ese modo, son también una vía de escape de la energía de la protesta. Ciertamente poseen la capacidad de incidir en las representaciones sociales atacando y asediando las instituciones tradicionales del poder (público en este caso), pero sin tomarlo. Por otro lado, no hay que olvidar el peligro intrínseco de la desinformación, su papel como mecanismo de obturación de la participación democrática, para la cual es imprescindible una

ciudadanía adecuadamente informada sobre sus derechos y su condición de comunidad política.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amorós, M. (2018). Fake News: La verdad de las noticias falsas. Plataforma Editorial.
- Barrientos, B., Baquero, M., y García, E. (2018). Posverdad y comunicación 2.0: el reto periodístico de una era sin periodistas. *Revista Ciencias de la Comunicación e Información*, 23 (1), 45-52. [https://doi.org/10.35742/rcci.2018.23\(1\).43-52](https://doi.org/10.35742/rcci.2018.23(1).43-52).
- Bell, D. (1960). *The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*. Free Press.
- Bonetto, M. S. (2009). Nuevas perspectivas teóricas para el abordaje de la democracia en América Latina. En Bonetto, M. S. (comp.). *En torno a la democracia: Perspectivas situadas: Norte-Sur*. Encuentro grupo editor.
- Botero, S. (2020). Lecciones de política indispensables: reseña del libro ¿Corrupción pública o privada? La dimensión ideológica de los discursos anticorrupción en Colombia, Ecuador y Albania de Blendi Kajsii. *Boletín de Antropología*. vol 35. N° 60, 223-228. DOI: <http://dx.doi.org/10.17533/udea.boan.v35n60a12>.
- Brown, W. (2017). *El pueblo sin atributos: La secreta revolución del neoliberalismo*. Malpaso Ediciones SL.
- Burgos, A. (2018). Fake news: desmontando la objetividad. *Filo de palabra*, (25), 7-17. <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/filodepalabra/article/view/3092>.
- Chavero, P. y Intriago, D. (2021). Las fake news como herramienta política durante la pandemia del COVID-19 en Ecuador. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (136). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi136.5038>.
- Eco, U. (1968). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Ecuador Chequea. (2020, mayo). Falso. <http://www.ecuadorchequea.com/falso/>.
- Espinosa, S. (1994). Corrupción: Una agenda necesaria impuesta a los medios por la teología neoliberal. *Ecuador Debate*, 33, 100-107. <http://hdl.handle.net/10469/6629>.
- Fernández, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, (269), 66-77. <https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica>.
- Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la Cárcel*. Ediciones Era.
- Gorriti, G. (2018, 17 de mayo). Noticias falsas con pasado. *El País*. [https://elpais.com/internacional/2018/05/17/america/1526593460\\_508624.html](https://elpais.com/internacional/2018/05/17/america/1526593460_508624.html).
- Harvey, D. (2020). Razones para ser anticapitalista. CLACSO.
- Hoffman, B., Ware, J. y Shapiro, E. (2020). Assessing the Threat of Incel Violence, *Studies in Conflict & Terrorism*, 43(7), 565-587. DOI: 10.1080/1057610X.2020.1751459.



- Horkheimer, M. (1972). Traditional and critical theory. In *Critical theory: Selected essays*. Seabury Press.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1994). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En Adorno, T. y Horkheimer, M. *Dialéctica de la Iluminismo*, Madrid: Trotta.
- Keane, J. (2009). ¿Democracia monitorizada? La historia secreta de la democracia desde 1945. Conferencia pública para la Universitat Jaume I, Castelló de la Plana, España. [http://www.johnkeane.net/wp-content/uploads/2015/02/johnkeane\\_Democracia\\_monitorizada\\_5\\_feb\\_2009.pdf](http://www.johnkeane.net/wp-content/uploads/2015/02/johnkeane_Democracia_monitorizada_5_feb_2009.pdf).
- King, K. (2020). Ecuador paga y renegocia su deuda externa en medio de la COVID-19. *Análisis Carolina*. 52.1-11.10.33960/AC\_52.2020.
- Lippmann, W. (1965). *Public opinion*. Free Press.
- Mayoral, J., Parratt, S., & Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodística: una perspectiva histórica. *Revistas Científicas Complutenses*, 24 (2), 395-409. <https://doi.org/10.5209/hics.66267>.
- Merton, R. K., Fiske, M. y Curtis, A. (1946). Mass persuasion; the social psychology of a war bond drive. Harper.
- Mittermeier, J. (2017). Desmontando la posverdad. Nuevo escenario de las relaciones entre la política y la comunicación. [Tesis de maestría, UAB]. Dipósit digital de documents de la UAB. <https://ddd.uab.cat/record/181869/>.
- Mottola, S. (2020). Las fake news como fenómeno social. *Análisis lingüístico y poder persuasivo de bulos en italiano y español*. *Discurso & Sociedad*, 14 (3), 683-706. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7609625>.
- Oros, J. (2020). Posverdad y confinamiento: un análisis antropológico sobre las “fake-news” en tiempos de pandemia. Repositorio Institucional de la PUCP. <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/172863>.
- Parra, M. y Carrera, E. (2020). Evolución de la COVID-19 en Ecuador. *Investigación & Desarrollo*, v. 13, n. 1, 28-42. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/dide/article/view/1002>.
- Ramos Chávez, A. (2018). Información líquida en la era de la posverdad. *Revista General de Información y Documentación*, 28 (1), 283-298. <https://doi.org/10.5209/RGID.60809>.
- Redacción Primicias. (04 de mayo de 2020). Gobierno halla sobrepuestos en bolsas para cadáveres en hospital del Guasmo. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/politica/sobrepuestos-bolsas-cadaveres-hospital-guasmo/>.
- Richter, U. (2018). *El ciudadano digital: fake news y posverdad en la era de internet*. Editorial Océano.
- Ródenas, G. (2020). Camino de perdición: de la posverdad y la poscensura a la olocracia. *AdComunica*, (19), 25-40. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.3>.
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>.

- Rosero, M. (2020, 21 de marzo). Catalina Andramuño renuncia al Ministerio de Salud de Ecuador en medio de la pandemia. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/catalina-andramuno-renuncia-ministra-salud.html>.
- Salas Abad, C. (2019). La primera 'fake news' de la historia. *Historia Y Comunicación Social*, 24(2), 411-431. <https://doi.org/10.5209/hics.66268>.
- Sued, G. y Rodríguez Kedikian, M. (2020). Noticias falsas en Facebook: narrativas, circulación y verificación. Los casos de Argentina y México. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(3), 1229-1242. <https://doi.org/10.5209/esmp.65136>.
- Trujillo, Y. (2020, 21 de marzo). Andramuño dijo que no hubo recursos para atender covid-19; Ministro de Finanzas lo niega. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/andramuno-recursos-covid-ministerio-finanzas.html>.
- Unda Lara, R. (2020). Ecuador: levantamiento popular y democracia en crisis. En Ramírez, F. (Ed.). *Octubre y el derecho a la resistencia. Revuelta popular y neoliberalismo autoritario en Ecuador*. CLACSO. <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1gm037d.18>.
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23-36.
- Van Dijk, T. (1983). Estructuras textuales de las noticias de prensa. *Análisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 77-105.
- Van Dijk, T. (2001). Algunos principios de una teoría del contexto. *Revista latinoamericana de estudios del discurso*, 1 (1), 69-82.



Fuentes, enfoques y politización de las noticias  
sobre la Covid-19 en la prensa peruana

Sources, approaches, and politicization of news  
about Covid-19 in the Peruvian press

Sources, approches et politisation  
des informations sur le Covid-19 dans la  
presse péruvienne

MARÍA MENDOZA-MICHILOT

*Universidad de Lima, Perú*  
*tmendoza@ulima.edu.pe*

### **Resumen**

La pandemia de la Covid-19 ha abierto una discusión respecto a la novedad de los fenómenos vividos en el último año y medio en América Latina. Para algunos académicos, en realidad, estamos ante una catástrofe psico-social-sanitaria agravada por la vigencia de problemas que ya estaban instalados en nuestra vida cotidiana, aunque tal vez habían sido minimizados respecto a su importancia y trascendencia social (Paz et al., 2021).

En el campo de la comunicación y puntualmente del periodismo, el coronavirus ha removido los cimientos de la planificación, creación y consumo de los contenidos (Martínez, 2020), pero también parece haber puesto en evidencia ciertos vacíos en el quehacer de la prensa (Lozano et al., 2020).

En este contexto, resulta pertinente analizar el papel cumplido por los medios de comunicación dentro de lo que se ha denominado el periodismo de riesgo y catástrofes, cuya función es facilitar la identificación de problemas y movilizar a los ciudadanos para enfrentar con resiliencia las consecuencias del mortal virus (Lozano et al., 2017).

Esta ponencia recoge la experiencia de una muestra de medios del Perú, uno de los países con el mayor número de casos en América Latina, en el tratamiento de la noticia, en cuanto al uso de las fuentes y la articulación de estas y otros recursos del lenguaje periodístico en la difusión de la información.

**Palabras clave:** Periodismo de riesgo y catástrofes – calidad informativa – agenda temática – fuentes de información – análisis de redes.

## INTRODUCCIÓN

La pandemia de la Covid-19 estalló en América Latina en febrero del 2020 –cuando se reportó el primer caso en el Perú– y se expandió rápidamente el mes siguiente. Desde entonces, más de dos millones de peruanos (6% de la población), han contraído la enfermedad y de ellos 10% falleció, según reportes a octubre del presente año del Ministerio de Salud (MINSA, 2021).

Los primeros semestres del 2020 y del 2021 han sido particularmente significativos. En marzo del 2020, una semana después de reportado el primer caso, el gobierno declaró la emergencia nacional: suspendió las clases escolares presenciales, prohibió las reuniones públicas, suspendió los vuelos internacionales procedentes de Europa y Asia, cerró las fronteras y ordenó un toque de queda en lo que se llamó la primera cuarentena. Ello no impidió la transmisión sostenida del SARS-CoV-2 en la fase temprana del brote y la tendencia hacia el aumento de la enfermedad que colocó al país en el segundo lugar después de Brasil, con el mayor número de casos en la región (Munayco et al., 2020). En el primer semestre del 2021, el hecho más importante fue la campaña de inmunizaciones masivas que coincidió con la segunda ola de contagios, pese a la cual se estimó que un tercio de las personas en edad avanzada no estaba segura de querer o poder ser inmunizadas (Caycho-Rodríguez, y otros, 2021).

Este trabajo analiza el papel asumido por la prensa peruana en los primeros semestres del 2000 y del 2001, para informar a las audiencias sobre la tragedia sanitaria y contribuir a la reducción de la incertidumbre en el país.

Ausculda a partir del análisis de una muestra de medios de diferentes formatos, cuál fue el tratamiento informativo de la noticia. Recordemos que, desde los organismos multilaterales, se convocó a la prensa de todo el mundo a realizar una comunicación de riesgo durante la pandemia, es decir, informar, orientar y promover el intercambio entre expertos, funcionarios y ciudadanos que permitiera una cabal toma de decisiones para mitigar los efectos de la amenaza, tomar medidas de control y prevención frente a la enfermedad (Organización Panamericana de la Salud, 2021). Asimismo, contribuir a reducir la infodemia o sobreproducción de contenidos falsos, mediante la difusión de información rigurosa y verificada (Cepal-OPS, 2021).

Así, se estimó la necesidad de un tratamiento periodístico basado en la entrega de información a los profesionales de la salud y a los responsables de las políticas públicas; de la mediación entre el público, los expertos y quienes toman las decisiones; y el monitoreo de la labor de las instituciones durante la crisis (Lubens, 2015). En general, que la prensa se convirtiera en amplificadora de los riesgos (Farré-Coma, 2005).

Desde el análisis de algunas variables de calidad de los contenidos, se intenta contestar las siguientes preguntas de investigación: ¿Cómo se articulan los temas, actores y fuentes en la narrativa de los medios? ¿Qué lecciones deja la gestión de las fuentes de información y de los ejes temáticos durante la pandemia? ¿Se puede hablar de una politización de la temática sobre la tragedia sanitaria vivida o de la centralidad de la política en el contexto de la pandemia? ¿Qué semejanzas y diferencias

se observa en el tratamiento de la información en los medios peruanos durante los dos años de la crisis internamente y respecto a otras experiencias documentadas académicamente?

La ponencia parte de estos supuestos: A. Hay una predisposición en el tratamiento de la información de los medios peruanos sobre la Covid-19 hacia la política o la politización de la crisis, entre otras razones, por el uso predominante de fuentes oficiales en la producción de las noticias relacionadas. B. Las condiciones de producción de noticias se vieron afectadas por las restricciones que impusieron la cuarentena y el trabajo remoto. C. El tratamiento de la información en los medios peruanos es coincidente en algunos aspectos o guarda semejanzas con otras experiencias informativas extranjeras durante la pandemia.

El trabajo se inscribe dentro del eje “Ética y profesionalidad de los medios de comunicación en el tratamiento de la información en contextos de catástrofe”, propuesto por el Congreso Internacional “Crisis sanitaria y crisis de la comunicación en la era Covid-19”.

## RIESGOS, CATÁSTROFES Y AGENDA TEMÁTICA

El periodismo de riesgos y catástrofes es una especialidad que tiene como temática prioritaria los fenómenos destructivos, entendidos como los acontecimientos que quiebran o fracturan la cotidianeidad, crean incertidumbre, miedo y pánico en la sociedad; además, suelen generar un amplio debate público sobre temas vinculados directa o indirectamente con el desastre o riesgo de desastre en ciernes (Amaral & Lozano, 2019; Lozano, 2009). En el caso de la Covid-19, la prensa internacional minimizó inicialmente la pandemia, pero luego tuvo que reconocer su globalidad y el dramático alcance sanitario, político y social de sus consecuencias: de un desastre, en el que se combinó el peligro, la exposición y la vulnerabilidad (Cantero de Julián et al, 2020; Catalán & Elías, 2020; Shehreen, 2020).

Según subrayan la Cepal y la Oficina de Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo por Desastres, la Covid-19 configura una catástrofe mundial, acorde los lineamientos del Marco de Sendái para la Reducción del Riesgo de Desastre 2016-2030. Expone la naturaleza sistémica del riesgo: precariedad de todos los sistemas sociales, desde la salud hasta el transporte público; tiene consecuencias nacionales, regionales y globales; y viabiliza la replicación del fenómeno inicial producto de las condiciones que propiciaron que el virus surgiera y se propagara (Cepal– UNDRR, 2021). Ante esta realidad, acorde lo que establece el periodismo de riesgos y de catástrofes, la prensa tenía dos salidas: presentar la pandemia como un fenómeno único y aislado, o como un desastre que puso en evidencias otros problemas. En segundo lugar, velar por la verdad y verosimilitud de los hechos (Lozano et al., 2017).

El periodismo de riesgos y de catástrofes puede adquirir la forma de un periodismo especializado, cuando utiliza las técnicas de investigación de las ciencias sociales (Arrobo-Agila et al., 2020). Sin embargo, se distancia de la especialización por dos razones: no cuenta con un público específico, y no dispone de tiempo suficiente para profundizar en los temas y en el quehacer de los actores involucrados, o contrastar fuentes frente a la celeridad y urgencia que impone la cobertura de una emergencia (Lozano et al., 2020).

## CALIDAD PERIODÍSTICA EN LA AGENDA COVID-19

Pese a las limitaciones de tiempo, y a veces de espacio, las narrativas periodísticas en coyunturas de crisis pueden ser un termómetro del alcance de la catástrofe en la opinión pública, permiten identificar a los sectores vulnerables y a las fuentes influyentes del problema. Ello demanda cuidar la calidad de los contenidos, entendiendo 'calidad' como la capacidad de la prensa de procesar información de manera profesional y rigurosa, jerarquizar las fuentes de información y producir contenidos contextualizados, en consonancia con determinados valores periodísticos (Arrobo-Agila et al, 2020).

Existe consenso en que la calidad periodística no se debe medir solo a partir de los contenidos, sino que demanda ser evaluada en todo el proceso, en particular, a partir de tres elementos: la disponibilidad de recursos de los medios de comunicación, las regulaciones políticas y legales que protegen y garantizan el ejercicio y la libertad informativa, y la adhesión de los periodistas a estándares profesionales. Son importantes también las ideologías representadas y los criterios de objetividad, así como los contextos que condicionan la labor periodística (Schultz citado por Romero-Rodríguez et al, 2016).

Desde la perspectiva del contenido, objeto de estudio de la presente ponencia, las variables temáticas, actores y fuentes han sido destacadas en el análisis de la selección periodística de la información y en la creación del mensaje, así determinadas en la taxonomía del 'Valor Agregado Periodístico' (VAP) que se ha aplicado desde 1995 en varios estudios sobre la calidad en medios de prensa de América del Sur (Alessandri et al, 2001; Pellegrini et al, 2015; Romero-Rodríguez et al, 2016).

La valoración y construcción temática de las catástrofes es clave para reconocer el enfoque de las noticias, así como el estudio de las acciones e impactos que tienen las noticias en las personas (Cantero de Julián et al., 2020).

Los ejes temáticos suelen versar sobre la narración de la destrucción (o la simplificación y espectacularización de los hechos) o sobre las prevenciones frente al fenómeno que documentan (bajo esquemas más rigurosos de verificación de los datos). Ambas agendas están asociadas a quién es el actor o agente principal de la cobertura: los pobladores, las víctimas, los sobrevivientes; los supuestos responsables de la catástrofe (autoridades, políticos, funcionarios de gobierno, servicios hospitalarios); o los expertos u observadores que explican el fenómeno, muchas veces escasamente convocados. Adicionalmente, están los intervencionistas que salvan vidas (médicos, enfermeras) o los periodistas que cumplen el papel de informar; los profesionales de salvamento (bomberos, socorristas y enfermeros) y los que no tienen preparación, pero que están presentes en la tragedia (voluntarios y curiosos) (Lozano et al, 2020).

En cuanto a las fuentes, su selección es un factor determinante en el relato periodístico y la construcción de la agenda (McCombs, 2006). Diversos estudios coinciden en señalar que, según su origen, la fuente principal y predominante suele ser la política, aunque se documentan dos tipos más: las fuentes testimoniales y no vivenciales, y las fuentes cualificadas o expertas.

Estas tres variables –temas, actores y fuentes de información– ofrecen diversos matices en la cobertura de la pandemia. Pese a abordar el mismo flagelo, no hay reglas comunes en el uso de estos indicadores de calidad.

## LA METÁFORA DE LA RED Y LA GESTIÓN DE LAS FUENTES

Como sostenía John Soloski, los recursos utilizados por la prensa no solo valorizan la información, sino que describen un modelo o dan una imagen de la sociedad. Por ejemplo, la predominancia de las fuentes oficiales en un relato periodístico legitima al poder establecido. El autor sustenta la validez de la metáfora de la red de Gaye Tuchman quien, hace unos treinta años, graficó la forma en que las empresas periodísticas organizan sus contactos para construir noticias como una red. Cuantos más recursos estén disponibles para la cobertura, más estrechos serán los agujeros [vacíos] en la red de noticias; igualmente, más eventos se capturarán para presentarlos como noticias. De esta manera, la forma en que un periódico forma su red y cómo la proyecta determina qué acontecimientos se presentarán como noticias (Soloski, 1989).

Vale detenerse en la compleja gestión de las fuentes –uno de los recursos de la red noticiosa– porque en ella intervienen múltiples indicadores internos y externos de calidad, que introducen excelencia a las noticias. En lo interno, se valora el estatus profesional del periodista, producto de una buena agenda de contactos; la verificación de los datos, la transparencia en el citado y atribución de las fuentes, la relevancia de sus aportes; así como la reducción de la incertidumbre. En lo externo, la gestión busca cuatro indicadores más: credibilidad, influencia, pluralismo y la participación de las personas como fuentes (Casero Ripollés & López Rabadán, 2013).

Investigaciones realizadas en Estados Unidos sobre las fuentes de información durante la Covid-19 sostenían la hipótesis de que durante la pandemia se produjo un escenario mediático similar a la coyuntura del calentamiento global, es decir, que las menciones a los científicos disminuirían y las políticas aumentarían. Sin embargo, hallaron que, si bien las fuentes políticas aumentaron, las científicas se mantuvieron constantes. Otra característica observada se refiere a la confrontación de fuentes, que aparecen polarizadas y politizadas (Sol-Hart et al, 2020).

En cambio, en Alemania, un estudio reciente revela que la cobertura de la crisis sanitaria estuvo dominada por actores pertenecientes al Poder Ejecutivo y, en menor medida, expertos científicos, notándose que su aparición en los medios consideró solo a los más respetados y reconocidos (Leidecker-Sandmann et al, 2021). En España, algunos estudios revelan que se cumplió lo que suele suceder en las catástrofes: en el inicio, cualquier dato se convirtió en noticia. Conforme avanzó la pandemia, y se disponía de mayor información, fue perdiendo relevancia informativa para los medios (Lozano et al, 2017). En este caso, las fuentes expertas y sanitarias –que permiten transmitir una información especializada y confiable– fueron escasas y más bien abundaron las oficiales, provenientes de sectores estatales, políticos y administrativos (Rebolledo et al, 2021).

En Argentina, se halló que algunas coberturas destacaron el atributo del conflicto y se centralizaron en dos ámbitos: el cuestionamiento a la autoridad gubernamental, debido a la gestión controversial de las inmunizaciones y la producción de las vacunas, y en la (in)seguridad de las mismas, que agravaron en debate en un contexto de incertidumbre global y local potenciado por la protesta antivacuna (Cuberli & Albardo, 2020).



## METODOLOGÍA

Los objetivos específicos de esta investigación son: 1. Identificar y comparar los ejes temáticos más frecuentes, así como los actores principales en el 2020 y en el 2021, dos momentos de la pandemia; 2. Determinar los tipos de fuentes informativas a partir de una clasificación previa que diferencia entre expertos y no expertos; 3. Analizar la gestión de las fuentes de información y su articulación con los ejes temáticos y los protagonistas de la noticia en los dos años de la crisis.

Plantea un estudio de alcance exploratorio y descriptivo, que analiza la articulación de tres variables de la calidad informativa periodística (Alessandri et al, 2001; Casero Ripollés & López Rabadán, 2013): tipos de temas, actores y fuentes en la narrativa de los medios peruanos de alcance nacional durante la Covid-19. Como trabajo comparativo analiza las coberturas informativas en dos momentos en el proceso de la pandemia para aportar al estudio de la calidad y también del periodismo de riesgos y catástrofes, campo en el que se halló que las prácticas noticiosas fluctúan entre la simplificación y la explicación de los acontecimientos, y entre la descripción de las crisis y la formulación de las soluciones (Amaral & Lozano, 2019; Lozano, 2009; Lozano et al, 2017).

En cuanto a la metodología, es un estudio mixto basado en el análisis de contenido de una muestra de noticias y la entrevista a profundidad a una decena de periodistas de los medios analizados para aproximarse a las condiciones de producción de la información durante la pandemia.

Para la muestra de contenidos periodísticos, se recurrió a la base de datos de la organización IP Noticias (noticias de medios de comunicación peruanos, cuyos resultados son validados por expertos). El criterio fue seleccionar un universo de publicaciones que incluyera referencias a la “Covid”, al “coronavirus” o información relacionada con el fenómeno, del cual se extrajo una muestra aleatoria, con un margen de error de 3% y nivel de confianza de 98% (Tabla 1). La muestra está compuesta por 2.947 unidades informativas recogidas en doce medios de alcance nacional, principalmente en sus plataformas digitales, difundidas entre los meses de marzo y junio del 2020 y del 2021 (Tabla 2).

Se cuantificó el número total de temas, actores y fuentes, por período. En segundo lugar, se elaboró una tipología de cada uno de estos recursos, lo cual dio como resultados 32 categorías de temas y 15 categorías de actores y fuentes.

Adicionalmente, se utilizó el Análisis de Redes Sociales (ARS) para confirmar cuáles son los recursos más importantes o centrales (centralidad) dentro del texto periodístico. Las muestras se exportaron a un fichero de los softwares de Ucinet y Netdraw –también se utilizó Vosviewer– para sistematizar la información y luego visualizar las conexiones (degreded) que el periodista hace entre los temas, los actores y las fuentes. El ARS es un marco teórico y método de investigación que verifica los tipos de relaciones binarias o múltiples entre nodos (humanos y no humanos), mediante diversos indicadores, como la centralidad (Correa, 2012; Granovetter, 1973; Cruz & Verd, 2013; Mendoza-Michilot & Duymovich, 2021). Por ejemplo, se utiliza para evaluar la calidad de las conexiones entre individuos, instituciones, publicaciones, citas o palabras a fin de “medir determinados fenómenos de comunicación

y construir representaciones formales de su comportamiento con fines explicativos o evaluativos” (Medina et al., 2020). En este caso, se consideró su aplicación para estudiar la relación entre los recursos periodísticos señalados en las noticias sobre la pandemia.

Tabla 1. Corpus.

ESTUDIO	UNIVERSO	MUESTRA	UNIDAD
Base de datos IP. Noticias de 12 medios incluyen las palabras ‘Covid’, ‘coronavirus’ o información relacionada.	107.487: marzo-junio 2020 54.957: marzo-junio 2021	1483: marzo-junio 2020 1464: marzo-junio 2021	Referencias a actores, ejes temáticos y fuentes de información.

Elaboración propia.

Tabla 2. Muestra de medios y documentos analizados.

Medios 2020	Web	TV	Medio Impreso	Radio	Total	Medios 2021	Web	TV	Medio Impreso	Radio	Total
El Comercio	177		32		209	RPP	65	79		72	216
La República	171		34		205	La República	143		40		183
Correo	143		28		171	Correo	143		35		178
RPP	71	34		62	167	El Comercio	131		31		162
Exitosa	53	36	36	24	149	Exitosa	67	33	30	16	146
Andina	133				133	Canal N	16	108			124
Canal N	23	87			110	América TV	55	44			99
América TV	39	49			88	TV Perú	40	49			89
Expreso	27		56		83	Expreso	31		47		78
El Peruano	41		28		69	Andina	77				77
TV Perú	21	38			59	El Peruano	32		42		74
Radio Nacional	23			17	40	Radio Nacional	28			10	38
<b>Total</b>	<b>922</b>	<b>244</b>	<b>214</b>	<b>103</b>	<b>1,483</b>		<b>828</b>	<b>313</b>	<b>225</b>	<b>98</b>	<b>1,464</b>

Fuente: IP Noticias. Elaboración propia.

## RESULTADOS

### TEMAS MÁS FRECUENTES RELACIONADOS CON LA PANDEMIA

La agenda temática de los medios analizados muestra coincidencias en el primer y segundo año de la pandemia. En el análisis se reconocieron siete macrotemas en común que se agrupan de la siguiente manera (Tabla 3):

- **Casos Covid.** Historias humanas de individuos, familias y grupos afectados para enfrentar y sobrevivir frente a la crisis. Estrategias de prevención contra la enfermedad, entre otros análisis, propuestas alternativas y evaluación de la pandemia; sobre las pruebas de detección, su viabilidad y limitaciones; así como las restricciones que impuso las cuarentenas.

- **Vacunación.** Campañas y cronogramas de inmunizaciones masivas; compra de vacunas y características y efectos de cada una.

- **Ataques políticos y campaña electoral.** Informaciones sobre la politización de pandemia o la epidemia como tema de la campaña.

- **Servicios básicos.** Alcance y limitaciones de los servicios de salud del país para enfrentar la crisis, en lo que respecta a recursos, medicinas, capacidad instalada y personal disponible, infraestructura hospitalaria y camas UCI, así como otros servicios disponibles para la atención de casos de salud mental y otras enfermedades.

- **Bonos y ayudas.** Apoyo económico extraordinario otorgado por el Gobierno a familias de escasos recursos afectadas por la pandemia.

- **Negligencias.** Desatenciones a la población, denuncia de delitos por parte de instituciones y grupos en la adquisición de equipos, mascarillas, medicinas.

- **Efectos de la pandemia.** Informaciones sobre la afectación de la Covid-19 y de la cuarentena en diversos sectores: economía y la reactivación económica; educación y el cierre de las escuelas, universidades y otros centros de estudio; en los deportes, ambiente, gastronomía y turismo; y en actividades productivas y extractivas (agricultura y minería).

Entre los seis primeros temas abordados destaca la ocurrencia de los casos humanos, información reportada desde la perspectiva de las personas. Este tema fue prioritario en el 2020 y se mantuvo en el 2021, aunque no en el primer lugar. En el segundo año de la pandemia, las noticias se centraron en la vacunación y en la campaña masiva que organizó el gobierno.

Otros temas relevantes en ambos períodos giraron en torno a las estadísticas de la Covid-19 que el Ministerio de Salud dio a conocer día a día, aunque en el 2021 se reportó un subregistro que causó polémica en el debate público respecto a la transparencia del aparato estatal. Las medidas de prevención que debía seguir la población fue otro asunto importante en la agenda, así como la evolución de la enfermedad mediante el análisis de fuentes expertas y no expertas, y las acciones que cumplió el Estado sobre todo en el primer semestre del 2020.

El estallido de la Covid-19 coincidió en el Perú con un año electoral. La campaña de las elecciones generales empezó a iniciarse a fines del 2020 y los comicios se realizaron en el verano del año siguiente. Ello determinó que la pandemia se convirtiera

en un tema político, sobre todo entre marzo y junio del 2021, no solo porque los candidatos a la Presidencia de la República se refirieron al tema, sino porque diversos actores les solicitaron explicar cómo atenderían la emergencia.

Tabla 3. Macrotemas y temas de la agenda 2020 y 2021.

Macrotemas	Tema 2020	%	Tema 2021	%
Casos COVID  (prevención, análisis, pruebas propuestas, restricciones)	Casos COVID	11.73%	Vacunas/ Vacunación	26.71%
	Cifras de pandemia	10.25%	Ataques polí- ticos/Campaña electoral	16.12%
	Medidas de prevención	9.98%	Cifras de pandemia	11.13%
	Análisis y eva- luaciones sobre la pandemia	9.04%	Análisis y eva- luaciones sobre la pandemia	8.33%
Vacunación	Propuestas y acciones desde el Estado contra pandemia	8.83%	Casos COVID	4.78%
	Ataques polí- ticos/Campaña electoral	7.35%	Medidas de prevención	3.28%
	Iniciativas y donaciones	4.99%	Infraestructura, equipamiento e insumos de salud	3.14%
	Infraestructura, equipamiento e insumos de salud	4.25%	Variantes COVID	2.87%
Ataques políti- cos /  campaña electoral	Actos delictivos /corrupción	3.64%	Propuestas y acciones desde el Estado contra pandemia	2.46%
	Crisis económica	3.10%	Restricciones y seguridad	2.05%
	Pruebas COVID	2.90%	Crisis económica	1.91%
Servicios básicos,  personal, salud mental y	Atención médica y tratamientos	2.56%	Situación de la educación	1.64%
	Restricciones y seguridad	2.16%	Negligencia, faltas y delitos de ciudadanos	1.37%

Macrotemas	Tema 2020	%	Tema 2021	%
Otras enfermedades	Situación de la educación	2.16%	Iniciativas y donaciones	1.37%
	Pedidos al Estado/ Gobierno	2.16%	Reactivación económica y apoyos a empresas	1.37%
	Situación del deporte	1.89%	Situación del transporte	1.23%
	Situación del transporte	1.82%	Bonos/ayudas	1.09%
	Reactivación económica y apoyo a empresas	1.69%	Cultura y entretenimiento	0.96%
	Bonos/ayudas	1.28%	Pedidos al Estado/ Gobierno	0.96%
	Personal de salud	1.21%	Actos delictivos /corrupción	0.82%
Bonos y ayudas	Negligencia, faltas y delitos de ciudadanos	1.21%	Pruebas COVID	0.75%
Negligencia, desatenciones  carencias, delitos	Cultura y entretenimiento	0.81%	Situación del deporte	0.68%
	Pensiones, seguros y CTS	0.81%	Atención médica y tratamientos	0.68%
	Vacunas/ Vacunación	0.74%	Protestas por desatenciones y carencias en pandemia	0.61%
	Avances científicos	0.67%	Situación del turismo	0.61%
	Salud mental	0.67%	Otras enfermedades y casos de salud	0.61%
Efectos de la pandemia (economía, educación,	Situación del medio ambiente	0.47%	Salud mental	0.55%
	Protestas por desatenciones y carencias en pandemia	0.47%	Pensiones, seguros y CTS	0.55%
	Situación del turismo	0.40%	Avances científicos	0.55%

Macrotemas	Tema 2020	%	Tema 2021	%
deportes, ambiente	Despidos y abusos de empresas y/o laborales	0.40%	Personal de salud	0.41%
turismo, minería,	Otras enfermedades y casos de salud	0.27%	Situación de la agricultura	0.14%
gastronomía,	Situación de la gastronomía	0.07%	Situación del medio ambiente	0.14%
agricultura)			Situación de la gastronomía	0.07%
			Situación de la minería	0.07%
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>		<b>100.00%</b>

Fuente: IP Noticias. Elaboración propia.

## ACTORES PRINCIPALES Y FUENTES DE INFORMACIÓN

El análisis revela que existe concordancia entre la agenda temática y la incorporación de los actores de la información en los períodos analizados del 2020 y del 2021. En el primer año, los protagonistas son principalmente ciudadanos, individuos o grupos que forman parte de la población afectada por la pandemia. En el 2021, la población pasa a un segundo plano (Tabla 4).

Sin embargo, hay otros actores importantes que resaltar en esta cobertura, como los expertos en salud. Son las personas o instituciones peruanas a las cuales se hizo referencia en virtud de su experiencia profesional o capacidades como testigos de primera línea en la crisis o básicamente para resolver las dudas médicas o sanitarias que generó la pandemia. En este sentido, fueron actores y fuentes a la vez sobre todo en el 2021. En este bloque no se incluyen a expertos u organismos internacionales expertos que, en este análisis, se ubican en los últimos lugares de las referencias. Tampoco tuvieron un rol protagónico en la difusión de la información los trabajadores de la salud de los centros hospitalarios.

Si bien los expertos en salud fueron muy mencionados en la información propagada, también es claro que compartieron el protagonismo en este campo con otros personajes no expertos, es decir, personas, funcionarios públicos, políticos y politólogos que sin tener las credenciales fueron referidos en asuntos vinculados a aspectos sanitarios. En este bloque no se incluye a los actores sociales de campos especializados (economía, educación, seguridad, transporte o vivienda) ni a extranjeros no expertos.

Un tercer indicador interesante es la participación del presidente de la República que, en este estudio, se diferencia del resto de actores políticos para resaltar su participación como representante del Estado y fuente de información, vocero principal de las decisiones gubernamentales y novedades especializadas y no especializadas.

Adicionalmente, se observa que las vacunas, así como el oxígeno, y algunos tratamientos paramédicos no aceptados por las autoridades de salud nacionales e

internacionales fueron ‘actantes’ (actores no humanos) frecuentemente mencionados en la información sobre todo en la coyuntura del primer año de la pandemia.

Tabla 4. Actores principales de la información.

Actores 2020	%	Actores 2021	%
<b>Población</b>	24.07%	<b>Salud expertos</b>	31.63%
<b>No expertos</b>	22.79%	<b>No expertos</b>	30.46%
<b>Salud expertos</b>	15.24%	<b>Población</b>	12.50%
<b>Economía</b>	7.75%	<b>Economía</b>	4.71%
<b>Seguridad</b>	5.93%	<b>Presidente</b>	4.17%
<b>Presidente</b>	5.06%	<b>Extranjeros no expertos</b>	3.62%
<b>Extranjeros no expertos</b>	4.11%	<b>Seguridad</b>	2.73%
<b>Otros actantes</b>	3.37%	<b>Educación</b>	2.25%
<b>Transporte</b>	2.49%	<b>Extranjeros expertos</b>	1.98%
<b>Educación</b>	2.23%	<b>Transporte</b>	1.98%
<b>Otros sectores</b>	2.09%	<b>Otros actantes</b>	1.43%
<b>Servicios hospitalarios</b>	1.89%	<b>Otros sectores</b>	1.23%
<b>Extranjeros expertos</b>	1.62%	<b>Organismos internacionales</b>	0.61%
<b>Organismos internacionales</b>	0.74%	<b>Vivienda y Saneamiento</b>	0.41%
<b>Vivienda y Saneamiento</b>	0.61%	<b>Servicios hospitalarios</b>	0.27%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>		<b>100.00%</b>

Elaboración propia.

En todos los formatos analizados, los no expertos son actores frecuentemente más referenciados en la información, seguidos por la población y los agentes sociales de la salud. Aparecen sobre todo en los medios impresos, que les concedieron mayores espacios o hablaron de ellos, principalmente en el 2021, es decir, en la coyuntura de la vacunación (Gráfico 1). La población fue el segundo gran protagonista sobre todo en los canales de televisión, que difundieron frecuentemente sus experiencias de vida y vicisitudes, amenazas y oportunidades. Le siguen los expertos de la salud principalmente en la radio y la televisión, que fueron los medios que más espacio dieron a médicos y especialistas, algunos de los cuales contaban con programas especializados sobre el tema. Más abajo se puede ubicar a las autoridades, representantes del gremio empresarial y otros actores del campo económico y financiero del país. Asimismo, se reitera el protagonismo del presidente de la República (Tabla 5).

Gráfico 1. Actores en los medios impresos.



Elaboración propia.

Tabla 5. Actores de la información (según formato).

Actores	Impresos	Radio	TV	Web	Total %
<b>Economía</b>	9.1%	7.5%	5.2%	5.7%	6.2%
<b>Educación</b>	2.3%	3.0%	3.2%	1.8%	2.2%
<b>Fuentes extranjeras expertas</b>	0.5%	0.0%	0.2%	2.9%	1.8%
<b>Fuentes extranjeras no expertas</b>	3.4%	0.5%	0.9%	5.3%	3.9%
<b>No expertos</b>	<b>33.7%</b>	<b>23.9%</b>	<b>26.6%</b>	<b>26.8%</b>	<b>27.6%</b>
<b>Organismos internacionales</b>	2.3%	0.0%	0.9%	0.3%	0.7%
<b>Otros actantes</b>	3.0%	3.0%	2.3%	2.2%	2.4%
<b>Otros sectores</b>	1.1%	0.0%	0.5%	0.6%	0.6%
<b>Población</b>	<b>18.7%</b>	<b>23.4%</b>	<b>20.3%</b>	<b>17.0%</b>	<b>18.3%</b>
<b>Presidente</b>	5.0%	0.5%	3.6%	5.3%	4.6%
<b>Salud expertos</b>	<b>16.4%</b>	<b>28.9%</b>	<b>25.3%</b>	<b>23.8%</b>	<b>23.3%</b>
<b>Seguridad</b>	2.3%	5.5%	6.8%	4.0%	4.4%
<b>Servicios hospitalarios</b>	0.5%	0.5%	2.2%	1.1%	1.2%
<b>Transporte</b>	1.4%	3.5%	1.6%	2.5%	2.2%
<b>Vivienda y Saneamiento</b>	0.5%	0.0%	0.4%	0.6%	0.5%

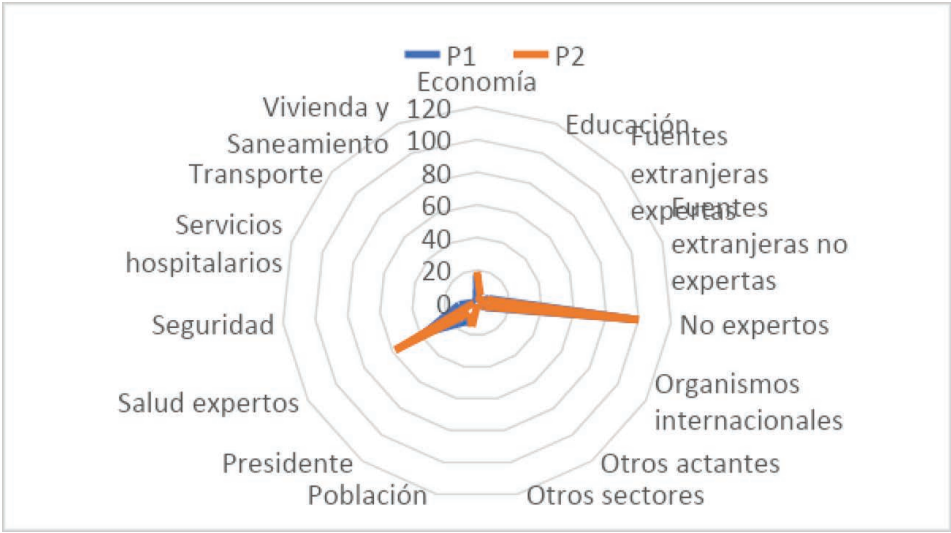
Elaboración propia.



El análisis de las fuentes reitera la predominancia de los no expertos en la cobertura de la pandemia. Ello sucede en todos los formatos, aunque es más destacada en los medios impresos, sobre todo en el 2021. El uso de estas fuentes no expertas representa un tercio del total de recursos hallados en la cobertura de la Covid-19, sin contar con las fuentes no expertas internacionales (Gráfico 2).

En segundo lugar, se ubican las fuentes especializadas de la salud, que si bien destacan en todos los formatos tienen un mayor protagonismo en la radio. Por debajo resalta la población o casos humanos (en el impreso y la televisión), las fuentes del rubro económico (en el impreso y la radio) y el presidente de la República (en la televisión y la web). No se incluye a las fuentes internacionales expertas (Tabla 6).

Gráfico 2. Fuentes en los impresos.



Elaboración propia.

Tabla 6. Fuentes más utilizadas.

Fuentes	Impreso	Radio	TV	Web	Total
Economía	8.2%	6.5%	5.4%	4.6%	5.4%
Educación	1.6%	3.5%	3.1%	1.5%	1.9%
Fuentes extranjeras expertas	0.7%	0.0%	0.2%	3.3%	2.1%
Fuentes extranjeras no expertas	3.2%	0.0%	1.1%	5.2%	3.8%
No expertos	45.1%	34.8%	38.8%	37.3%	38.5%
Organismos internacionales	2.5%	0.0%	0.7%	0.3%	0.7%
Otros actantes	0.5%	0.0%	0.5%	0.1%	0.2%
Otros actores	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%

Fuentes	Impreso	Radio	TV	Web	Total
Otros sectores	0.2%	0.5%	0.5%	0.6%	0.5%
Población	6.2%	3.0%	6.3%	3.2%	4.2%
Presidente	5.2%	1.0%	5.6%	6.1%	5.5%
Salud expertos	21.6%	41.8%	30.9%	31.4%	30.6%
Seguridad	3.0%	4.5%	4.7%	3.7%	3.8%
Servicios hospitalarios	0.2%	1.0%	0.4%	0.3%	0.4%
Transporte	1.6%	3.5%	1.3%	1.9%	1.8%
Vivienda y Saneamiento	0.2%	0.0%	0.5%	0.6%	0.5%

Elaboración propia.

## RELACIONES ENTRE TEMAS, ACTORES Y FUENTES

El uso del Análisis de Redes Sociales (ARS) confirma la importancia o ‘centralidad’ de determinados temas, actores y fuentes en la cobertura, interpretados como ‘nodos’ vinculados entre sí dentro de la narrativa.

Para medir la ‘centralidad’ se utilizó el indicador Degree (cuyos valores van de 0 a 1), que señala el número de conexiones de un nodo con otros, en este caso, para medir cómo se relacionan los temas con los actores, y los temas con las fuentes. El programa Ucinet permitió colocar la muestra en matrices (de redes de afiliación modo-2); en tanto, Netdraw y Vosviewer hicieron posible visualizar dichas relaciones a través de graphos.

## TEMAS Y ACTORES

El análisis ratifica la importancia de los actores principales de la cobertura: los no expertos y los expertos de la salud. Asimismo, se confirma que en la discusión pública sobre la crisis los no expertos tuvieron una mayor ‘centralidad’ respecto a los segundos tanto en el 2020 como en el 2021. Como refleja la visualización de dichas relaciones, hay un alto número de vínculos o degree en la nutrida red de los temas de la pandemia y los actores principales, es decir, en la vinculación narrativa de los asuntos y los dos actores principales: los no expertos y los expertos de la salud (Tabla 7).

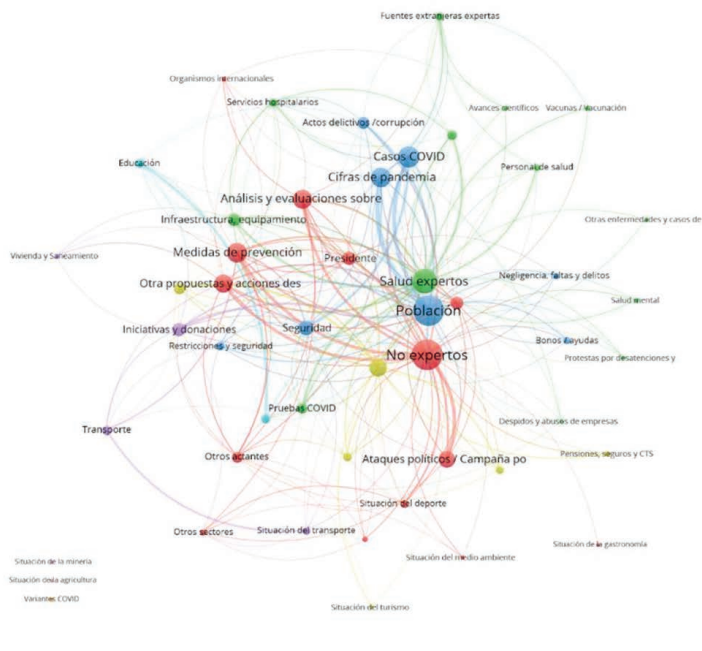
Se observa cuáles son los tres temas principales en los que se dio la mayor participación de los no expertos: en el 2020, hablaron del análisis y la evaluación del desarrollo de la pandemia, las medidas de prevención, y las propuestas y acciones del Estado frente a la crisis; y, en el 2021, se les vincula más con la temática de las vacunas y la inmunización masiva, la campaña electoral y la discusión política de la Covid-19 y el análisis y la evaluación de la enfermedad (Gráficos 3 y 4).

Tabla 7. Vínculos principales 2020 y 2021.

#	Actores	Degrees 2020	Degrees 2021
1	No expertos	0.829	0.943
2	Salud expertos	0.743	0.8

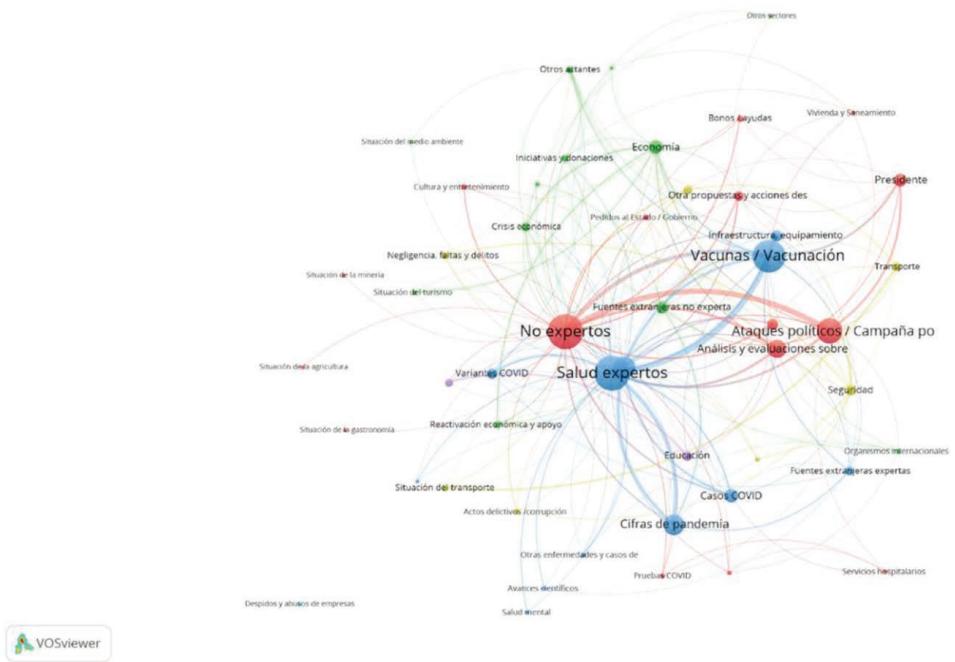
Elaboración propia.

Gráfica 3. Red de temas y actores en la narrativa periodística en el 2020.



Elaboración propia.

Gráfica 4. Red de temas y actores en la narrativa periodística en el 2021.



Elaboración propia.

TEMAS Y FUENTES

Sobre la relación de los tópicos con las fuentes de información se constata nuevamente el predominio de las fuentes no expertas sobre las expertas en la cobertura de la pandemia (Tabla 8). En el 2020, los no expertos fueron la fuente principal en los siguientes temas: los casos Covid, las medidas de prevención contra la enfermedad, las estadísticas oficiales, el análisis y las evaluaciones de la crisis, propuestas y acciones desde el Estado, y las limitaciones en la infraestructura sanitaria.

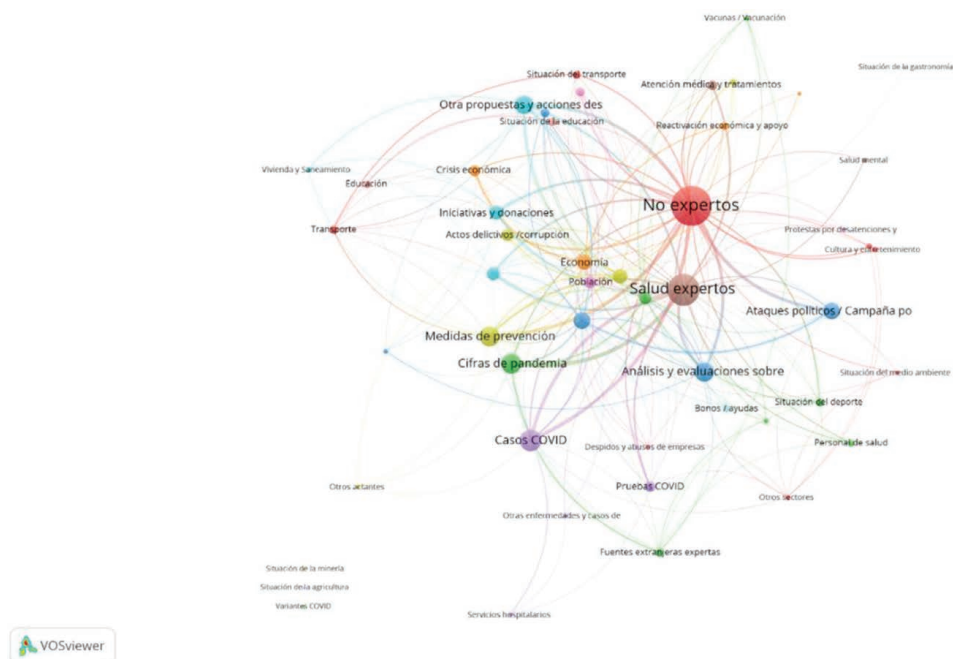
En el 2021, hablaron de la vacunación y los efectos de la campaña electoral; asimismo, respecto a cuatro asuntos sobre los cuales se discutió en el primer año: el análisis y las evaluaciones de la pandemia, las medidas de prevención, las propuestas y acciones desde el Estado y las necesidades de la infraestructura hospitalaria (Gráficos 5 y 6).

Tabla 8. Vínculos principales 2020 y 2021.

#	Actores	Degrees 2020	Degrees 2021
1	No expertos	0.886	0.943
2	Salud expertos	0.714	0.771

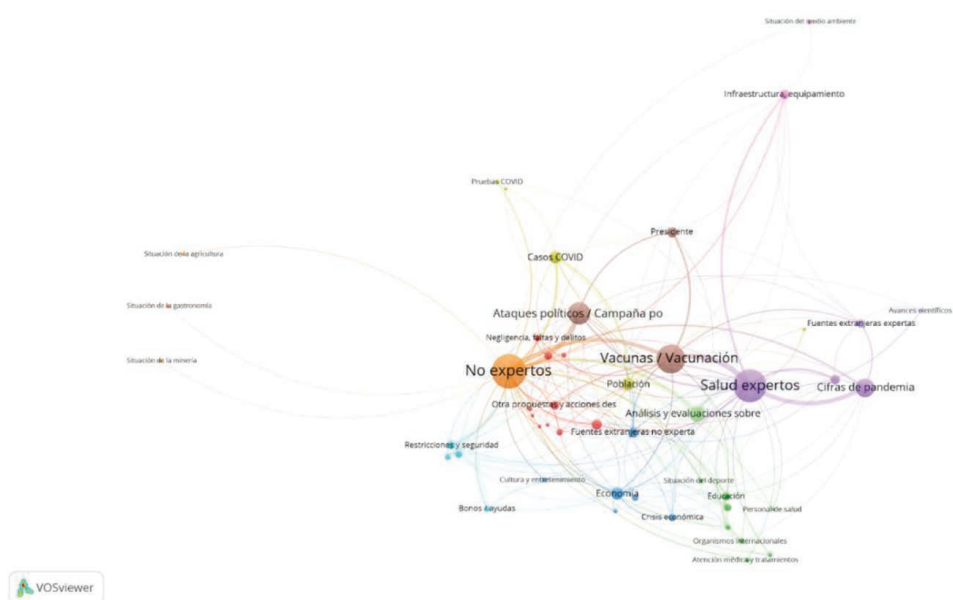
Elaboración propia.

Gráfica 5. Red de temas y fuentes en la narrativa del 2020.



Elaboración propia.

Gráfica 6. Red de temas y fuentes en la narrativa del 2021.



Elaboración propia.

## RUTINAS PERIODÍSTICAS ALTERADAS

La pandemia cambió drásticamente la labor informativa, según acreditaron diez periodistas –que trabajan en siete de los medios de comunicación analizados–, consultados para este trabajo. Ninguno mencionó explícitamente si este cambio en las rutinas laborales condicionó o alteró la calidad del producto noticioso, no obstante, se reconoció que hubo afectaciones en el proceso debido a las limitaciones que impuso el trabajo remoto sobre todo tras las cuarentenas.

A las preguntas: ¿cómo ha cambiado el trabajo en el medio? ¿usó nuevos formatos o recursos?, las respuestas se concentran en los requerimientos técnicos, el acceso a softwares de producción y ‘publicadores’ para no interrumpir el proceso informativo.

El equipo de soporte técnico se encargó de que podamos estar conectados a la red del diario desde casa y podamos acceder a Incopy, Content Station, ARC, etc., garantizar la coordinación entre áreas a través de videoconferencias, entre otros recursos, redes sociales, programas en vivo y procesadores para garantizar el teletrabajo. (A.P.)

Las medidas se extendieron a los periodistas para cautelar su seguridad sanitaria al día siguiente de la primera cuarentena e incluso antes de que el gobierno la decretara:

La pandemia nos obligó a modificar la metodología de trabajo e implementar medidas urgentes que permitan continuar la búsqueda de información sin exponer la salud de los periodistas y de sus familias. Antes de que se decreta la cuarentena ya habíamos establecido nuevos turnos de trabajo, con días presenciales para algunos y otros a distancia. De esa forma se trataba de reducir la presencia de personas en la redacción. Luego se pasó a un 90% de teletrabajo. Se redujeron de 3 a 2 las reuniones de coordinación y las dos son por Zoom. Se adelantó el horario de cierre del papel y se estableció un estricto protocolo de seguridad al llegar a la redacción, que incluye, entre otras cosas, que te tomen la temperatura en la puerta, te entreguen un gel para lavarte las manos; así como también guantes y una mascarilla. Al estar en casa también se controla que los periodistas tengan días libres y se respeten sus horarios de descanso. (J.A.M.Q.)

En las siete redacciones, la mayor parte del personal periodístico (es decir, entre el 50% y 90% de las plantillas) trabajó desde sus hogares en los períodos analizados, lo cual significó “adaptarse” a la situación para seguir informando:

Cuando trabajamos a distancia [en la televisión] no hay opción de monitorear videos de archivo para ‘vestir’ la nota. Sin embargo, es necesario adaptarse. Hacemos cobertura y escribimos en casa (C.G.).

En este contexto, algunos los medios de prensa recortaron sus ediciones sustancialmente, en algunos casos a la mitad del número de páginas. Igualmente, el tiraje se vio afectado: “si se publicaban una edición dominical de diez mil ejemplares, se bajó a mil” (E.C.)

En otros medios impresos tabloides, por el contrario, se agregaron páginas para publicar información concentrada en el coronavirus y temas referidos a la

emergencia. Sin embargo, tampoco escaparon a la reducción del tiraje (M.L.). Al inicio de la pandemia, solo hacía teletrabajo el personal vulnerable, pero ante el aumento de contagios más periodistas alternaron sus turnos siempre considerando que “el reporteo requiere una serie de implementos adicionales de protección” (G. LI).

El reporteo se vio limitado, así como el trabajo dentro de las redacciones que estuvo en manos de un pequeño grupo de periodistas (que varió en número, en un rango del 10% al 50% del personal total). El acceso a las fuentes se hizo por Zoom, Meet, Skype, WhatsApp y Facebook Live (P.O.).

Sin embargo, por lo menos en tres de las plataformas analizadas, la pandemia fue el contexto para el lanzamiento de nuevos productos y el desarrollo de nuevos géneros digitales que antes de la crisis no existían o no estaban muy potenciados.

En algunas plataformas digitales con cabecera impresa, se lanzaron nuevos podcasts, newsletters, entrevistas en vivo, programas vinculados al trabajo periodístico en tiempos de pandemia, entre otros.

En medios digitales radiales, hubo cambios muy similares, por ejemplo, en la confección de nuevos productos, como espacios de orientación médica que se transmitieron a través de las redes sociales; informes locales e internacionales vinculados a la temática Covid-19; para la emisión en directo del mensaje diario del presidente de la República luego del estallido del primer caso; newsletters, notas en vivo y audiogalerías en las que se solicitó la participación de expertos de la salud. Para algunos periodistas de estos medios,

El trabajo en la redacción no ha cambiado mucho, las coordinaciones diarias se hacen a través de grupos de Facebook y WhatsApp, incluyendo grupos en los que están el director periodístico, productores y reporteros de radio, corresponsales en regiones y tituladores. Se trata de que los horarios se cumplan, pero a veces (como pasa también en situaciones normales) tardamos media o una hora en terminar los turnos. (L.B.)

Otros periodistas radiales consideraron, en cambio, que hubo problemas de conectividad, que afectaron el teletrabajo, y la crisis sanitaria que transformó a los medios produjo “una agenda prácticamente monotemática: la pandemia del coronavirus” (M.B.).

Según señalaron periodistas de publicaciones especializadas, probablemente ocurrieron problemas al inicio de la pandemia (entre marzo y junio del 2020), debido a que nadie –ni siquiera los expertos– sabía a ciencia cierta qué sucedía.

Hay una suerte de provisionalidad frente a la pandemia. Quizás, por ello, las fuentes incurrieron en equivocaciones al formular sus apreciaciones. Estamos ante un fenómeno nuevo. Y eso parece que sucedió al inicio. Pero ahora es claro que estamos ante un problema de salud pública mundial (F.P.).

## CONCLUSIONES

La salud es una temática recurrente no especializada en la prensa peruana, aunque en algún momento de su historia reciente circularon tabloides dedicados a la



medicina natural. De otro lado, las campañas de inmunización masiva, contra enfermedades prevenibles por vacunación, han concitado periódicamente la atención del periodismo informativo; pero dicha labor tampoco se ha cumplido de una manera sostenida. En otros formatos, como la radio y la televisión, de la señal abierta y el cable, la situación ha sido más auspiciosa respecto a la producción de programas con una temática sanitaria dentro de lo que se percibe como una corriente global interesada en la promoción y prevención de la salud, tras el estallido del sida y de pandemias que no han reconocido fronteras (Barrera-Páez, 2016; Pareja Cuéllar & Martín-Pena, 2020).

En el caso de la Covid-19, la prensa peruana abordó la crisis desde el periodismo de riesgo y catástrofes. La pandemia fue el eje temático principal de la agenda periodística, sobre todo en el 2020; y se definió como una crisis y un desastre (Lozano et al, 2017) que puso en evidencia graves problemas sanitarios desatendidos en el pasado. Se presentó como un fenómeno destructivo que dejó zozobra y afectó la vida de las personas y al país, desde la economía hasta los deportes. Fue durante varios meses el monotema en la prensa peruana.

Dentro del objetivo general del estudio, se comprobó que el tratamiento dado a la emergencia fue amplió desde el punto de vista temático y por lo tanto abarcó a una serie de actores y actantes de diversos sectores y ámbitos sociales; individuos, grupos e instituciones, algunos de los cuales actuaron como fuentes de información.

La gestión de las fuentes de información, sin embargo, abre nuevos campos de interés académico debido a la centralidad de no expertos en la discusión de temas sanitarios, según se observa –en los períodos analizados tanto en el primer año de la pandemia como en el segundo– en la articulación de la red de recursos periodísticos utilizados en las noticias. Igualmente, como revela el estudio, se confirma que entre las fuentes no expertas aparecen de manera predominante actores y actantes políticos. En el caso del Gobierno y el Estado, responsables de los programas de asistencia a la población, y también de las negligencias que se denunciaron, por ejemplo, en el manejo de la crisis en unidades de cuidado intensivas, la comercialización del oxígeno, la eficiencia de los servicios hospitalarios, la compra de las vacunas y la campaña masiva de inmunizaciones.

Ello genera varias lecturas: de un lado, explica que la amplitud temática dada a la Covid-19 generó la concurrencia de actores de diverso origen que opinaron desde sus trincheras sobre el problema, aunque no eran especialistas en la materia. De otro lado, las limitaciones que generó el teletrabajo o trabajo remoto del periodismo pudieron haber afectado el acceso a nuevas fuentes especializadas en un tema sobre el cual no había antecedentes. De allí que, como se deduce del diálogo con los periodistas, la cobertura los confrontó con la necesidad de buscar nuevas fuentes expertas.

La revisión de antecedentes sobre el papel de la prensa en esta coyuntura señala que la cobertura de los medios peruanos guarda similitudes con la desarrollada por plataformas informativas de otros países. Por ejemplo, en lo que respecta a la minimización de la pandemia, especialmente en los primeros meses del 2020, y su revalorización posterior como una amenaza mortal. Igualmente, en lo concerniente



al protagonismo de los poderes ejecutivos, que fueron actantes incluso más importantes y decisivos que los expertos sanitarios sobre todo al inicio de la pandemia. Una diferencia entre la cobertura de la prensa nacional e internacional radica en la tematización de la campaña electoral, ocurrida en el país entre noviembre del 2020 y junio del 2021, que añadió elementos a la politización del tema.

Como es característico en el periodismo de riesgo y catástrofe, la prensa peruana desarrolló dos enfoques: un enfoque narrativo de la crisis, a partir del relato de la población, las víctimas y la difusión de historias humana sensibles. De otro lado, un enfoque de la prevención, a partir de fuentes expertas y no expertas, basado en el distanciamiento social, la necesidad de las reservas del oxígeno (2020) y sobre las vacunas (2021). Podría decirse que las narrativas sobre la falta del oxígeno en el país se asociaron a una visión crítica de la pandemia, sobre todo en el 2020, mientras que la vacunación apareció como la solución, principalmente en el 2021.

Un estudio posterior sobre la cobertura de la prensa peruana deberá medir su efectividad e impacto en los públicos, sobre todo en los miles que fueron afectados por la pandemia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alessandri, F., Edwards, C., Pellegrini, S., Puente, S., Rozas, E., Saavedra, G., & Porath, W. (2001). VAP: un sistema métrico de la calidad periodística. Cuadernos de información (14), 112-120.
- Arrobo, J., Mendoza-Michilot, M., & Suing, A. (2019). Uso de las tecnologías de información en la cobertura de los terremotos ocurridos en Perú (2007) y Ecuador (2016). Gedisa.
- Arrobo-Agila, Mendoza-Michilot, M., & Aguaded, I. (2020). La calidad periodística en la cobertura de terremotos: Caso Ecuador. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 50(50), 193-207. doi:10.12795/Ambitos.2020.i50.13.
- Barrera-Páez, L. (2016). El periodismo especializado en salud: una reseña histórica. Revista Española de Comunicación en Salud, 15-22. doi:10.20318/recs.2016.3118.
- Beck, U. (1998). La sociedad del riesgo. Barcelona: Paidós.
- Cantero de Julián, J., Sidorenko, P., & Herranz de la Casa, J. (2020). Radiografía de la pandemia: análisis de la cobertura periodística de la Covid19 en portadas de periódicos. El Profesional de la información, 29(5). doi:10.3145/epi.2020.sep.23.
- Casero Ripollés, A., & López Rabadán, P. (2013). La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional. En J. Gómez Mompart, J. Gutiérrez Lozano, & D. Palau Sampio (Edits.), La calidad periodística (págs. 73-89). Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra y Universitat de Valencia.
- Catalán, D., & Elías, C. (noviembre de 2020). Vaccine Hesitancy in the Age of Coronavirus and Fake News: Analysis of Journalistic Sources in the Spanish Quality Press. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(21), 1-15. doi:10.3390/ijerph17218136.

- Caycho-Rodríguez, T., Carbajal-León, C., Vivanco-Vidal, A., & Saroli-Aranibar, D. (Julio-Agosto de 2021). Intención de vacunarse contra la Covid-19 en adultos mayores peruanos. *Revista Española de Geriatriá y Gerontología*, 56(4), 245-246. doi:<https://doi.org/10.1016/j.regg.2021.03.005>.
- Cepal-UNDRR. (marzo de 2021). Informe Covid-19. La pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19): una oportunidad de aplicar un enfoque sistémico al riesgo de desastres en el Caribe. Obtenido de Repositorio Cepal.org: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46731/1/S2100024\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46731/1/S2100024_es.pdf).
- Cepal-OPS. (14 de octubre de 2021). La prolongación de la crisis sanitaria y su impacto en la salud, la economía y el desarrollo social. Obtenido de Informe Covid-19: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/54990/informecepalops2021\\_spa.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/54990/informecepalops2021_spa.pdf?sequence=2&isAllowed=y).
- Correa, G. (mayo de 2012). El concepto de mediación técnica en Bruno Latour. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 2(1), 56-81. Obtenido de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/pcs/v2n1/v2n1a04.pdf>.
- Cruz, I., & Verd, J. (2013). La fuerza de los lazos: una exploración teórica y empírica de sus múltiples significados. *Empiria*(26), 149-174. doi:10.5944/empiria.26.7156.
- Cuberli, M., & Albardo, M. (2020). La construcción discursiva de la vacuna contra la Covid-19 en un portal de noticias argentino. Obtenido de Researchgate: [https://www.researchgate.net/publication/352330307\\_LA\\_CONSTRUCCION\\_DISCURSIVA\\_DE\\_LA\\_VACUNA\\_CONTRA\\_EL\\_COVID-19\\_EN\\_UN\\_PORTAL\\_DIGITAL\\_DE\\_NOTICIAS\\_ARGENTINO](https://www.researchgate.net/publication/352330307_LA_CONSTRUCCION_DISCURSIVA_DE_LA_VACUNA_CONTRA_EL_COVID-19_EN_UN_PORTAL_DIGITAL_DE_NOTICIAS_ARGENTINO).
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication* (57), 163-173. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x.
- Farré-Coma, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y sociedad*, 95-119. doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i3.4209>.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* (6).
- Leidecker-Sandmann, M., Attar, P., & Lehmkuhl, M. (2021). Selected by expertise? Scientific experts in German news coverage on Covid-19 compared to other pandemics. *SocArXiv Papers*. doi:10.31235/osf.io/cr7dj.
- Lozano, C. (2009). Periodismo de catástrofes: La actualidad informativa como. En C. Moreno, *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información* (págs. 231-248). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Lozano, C., & Amaral, M. (2019). Periodismo y desastres. Múltiples miradas. *Cataluña: Atlántida*.
- Lozano, C., Franz, M., & Puertas, E. (2020). Los relatos periodísticos de riesgos y catástrofes en las televisiones de España. *Revista mexicana de investigación educativa*, 25(87). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/140/14065615015/html/>.

- Lozano, C., Sánchez, M., & Morales, E. (2017). *Periodismo de riesgo y catástrofes*. Madrid: Fragua.
- Lubens, P. (2015). Journalists and public health professionals: Challenges of a symbiotic relationship. *Disaster Med Public Health Preparedness*, 9(1), 59-63. Obtenido de <https://doi.org/10.1017/dmp.2014.127>.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México D.F.: Editorial Gustavo Gili.
- Martínez, F. (2020). Mirando pantallas: estudios sobre las audiencias en televisión e internet en tiempos de coronavirus. *Textual&Visual Media*(13), 74-90. Obtenido de <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/268/192>.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós.
- Medina, Y., El Assafiri, Y., Medina, A., Nogueira, D., & Medina, D. (2020). Análisis de redes sociales: procedimientos y aplicaciones. En *La gestión del conocimiento y los indicadores integrales para la gestión y mejora de procesos* (págs. 14-28). San Luis de Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí y Universidad de Matanzas. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/345987756\\_Analisis\\_de\\_redes\\_sociales\\_procedimientos\\_y\\_aplicaciones](https://www.researchgate.net/publication/345987756_Analisis_de_redes_sociales_procedimientos_y_aplicaciones).
- Mendoza-Michilot, M., & Duymovich, J. (2021). "The use of Twitter by the prosecutors of Ecuador and Peru: Actors, links, and interaction". 6th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), (págs. 1-6). Chaves. doi:10.23919/CISTI52073.2021.9476591.
- MINSA. (30 de octubre de 2021). Sala situacional Covid-19 Perú. Obtenido de Ministerio de Salud: [https://covid19.minsa.gob.pe/sala\\_situacional.asp](https://covid19.minsa.gob.pe/sala_situacional.asp).
- Munayco, C., Tariq, A., Rothenberg, R., Soto-Cabezas, G., Reyes, M., Valle, A., ... Chowell, G. (2020). Early transmission dynamics of Covid-19 in a southern hemisphere setting: Lima-Perú: February 29-March30, 2020. *Infectious Disease Modelling*, 338-345. doi: <https://doi.org/10.1016/j.idm.2020.05.001>.
- Organización Panamericana de la Salud. (2021). *Comunicación de riesgos y brotes*. Obtenido de OPS: <https://www.paho.org/es/temas/comunicacion-riesgos-brotes>.
- Pareja Cuéllar, M., & Martín-Pena, D. (2020). Tratamiento informativo de la prensa española sobre la COVID-19 antes del estado de alarma. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 218-225. doi: <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5418>.
- Paz, P., Mendoza-Michilot, M., & Pereira, F. (2021). Actores, condiciones y prácticas contemporáneas de uso y consumo mass-mediático de información política. Experiencias y procesos de selectividad, personalización, desmasificación y autocomunicación. *Contratexto* (31), 9-13. doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.5139>.
- Pellegrini, S., Puente, S., & Grassau, D. (noviembre de 2015). La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 249-267. doi: [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.50678](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50678).

- Rebolledo, M., González, H., & Olza, I. (2021). Visibilidad de los sanitarios durante la crisis del Covid-19: estudio de fuentes y temáticas en los informativos de televisión. *Interface*. doi: <https://doi.org/10.1590/Interface.200606>.
- Romero-Rodríguez, L., Casas-Moreno, P., & Torres-Toukoumidis, Á. (2016). Dimensions and Indicators of the Information Quality in Digital Media. *Comunicar*, 91-100. doi: DOI <http://dx.doi.org/10.3916/C49-2016-09>.
- Shehreen, S. (2020). Understanding the Construction of Journalistic Frames during Crisis Communication. *Editorial Coverage of COVID-19 in New York Times*. Obtenido de Södertörn University: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1447292/FULLTEXT01.pdf>.
- Sol-Hart, P., Chinn, S., & Soroka, S. (2020). Politicization and polarization in Covid-19. *News coverage. Science Communication*, 42(5), 679-697. doi:10.1177/1075547020950735.
- Soloski, J. (1989). Sources and Channels of local news. *Journalism Quarterly*, 66(4). Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/6504c199dfa0a5a0c0ae65e-bbc8f1cd8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1818414>.
- Unesco. (2 de julio de 2020). Desinfodemia. Descifrando la información sobre la Covid-19. Obtenido de Unesco.org: <https://es.unesco.org/covid19/disinfodemic>.



Metaphorical framing of the Covid-19  
vaccination in Lithuanian media discourse

Encuadre metafórico de la vacunación contra el  
Covid-19 en el discurso mediático lituano

Cadrage métaphorique de la vaccination  
contre le Covid-19 dans le discours  
médiatique lituanien

NEDAS JURGAITIS

Šiauliai State University of Applied Sciences, Lithuania  
n.jurgaitis@svako.lt

**Abstract**

The issue of Covid 19 vaccination dominates public discourse in many countries, including Lithuania. Controversial aspects of the vaccination are making headlines in the country's biggest media. At the same time, the Lithuanian government is trying to motivate the population to vaccinate. To this end, a communication campaign has been developed with the main slogan "Petys už laisvę" ("Shoulder for Freedom").

The linguistic analysis of the media texts and the texts of the communication campaigns shows that the vaccination discourse is largely metaphorical, although the concept of vaccination itself is concrete and therefore theoretically does not need to be structured by conceptual metaphors. These circumstances lead to the questions of what metaphorical models are used to structure the Covid 19 vaccination and what communicative value the metaphorical expressions have.

The object of the present study is metaphorical expressions e.g., *vaccination marathon* or *vaccination is our road to freedom*. Metaphorical expressions encompass not only peculiar cultural experiences and global notions, but also reflect the communication intentions of discourse participants.

The study reveals the dominant conceptual metaphors that shape Lithuanian media discourse on Covid 19 vaccination. It also uncovers a polarization of the vaccination debate in Lithuania and offers insight into the three-dimensional nature of vaccination metaphors in media texts. Analysis of metaphorical expressions reveals conceptual, linguistic, and communicative functions of vaccination metaphors that interact with each other as they frame Covid-19 vaccination in Lithuania.

**Keywords:** Covid-19, vaccination, Lithuanian media.

## INTRODUCTION

Covid-19 vaccination is a controversial phenomenon, one of the most discussed concepts in Lithuanian media discourse. Public communication about vaccination in Lithuania follows two general lines: an official multi-channel “Shoulder for Freedom” campaign led by the Ministry of Health, and media discourse represented mainly by Lithuanian news websites. The official communication campaign is seen as late, partly misleading, and monotonous, but effective nonetheless. The media texts, on the other hand, appear lively and heterogeneous, but rather inconsistent in conveying the message. However, the linguistic analysis of the two unfolds different vaccination images (conceptual metaphors) conveyed to the public. These circumstances form the basis for the research problem – conceptual vaccination metaphors differ not only in their lexical and mental properties but also in communication features.

Based on the theoretical framework of cross-domain mapping and deliberate use of metaphors, this study addresses two main research questions about framing and communicating Covid 19 vaccination to the public:

RQ1. What conceptual metaphors frame the Lithuanian media discourse about Covid-19 vaccination?

RQ2. How is the communicative value of conceptual metaphors facilitated in Lithuanian media discourse?

The object of the present study is metaphorical expressions e.g., *vaccination marathon* or *vaccination is our road to freedom*. Metaphorical expressions encompass not only peculiar cultural experiences and global notions, but also reflect the communication intentions of discourse participants.

The study aims to reveal the framing of the Covid-19 vaccination in Lithuanian online media texts. Following research objectives would facilitate the achievement of this aim:

- 1) define the theoretical framework and methodology of the study;
- 2) identify metaphorical expressions and reconstruct conceptual metaphors;
- 3) analyze and compare conceptual metaphors framing the Covid-19 vaccination in Lithuania;
- 4) evaluate the conceptual vaccination metaphors from a communicative point of view.

## THEORETICAL FRAMEWORK

The main research method is the analysis of conceptual metaphors based both on the Contemporary Theory of Metaphor (Lakoff, 1993) and its successor Deliberate Metaphor Theory (Steen, 2009, 2011, 2017). This combination corresponds with the approach of cognitive semantics, where metaphor is understood as a thinking strategy (Lakoff, 1993; Wehling, 2018), a mapping from a source domain to a target domain.

The Contemporary Theory of Metaphor (hereafter abbreviated to CTM) has been firmly established in linguistics for the past 30 years and has become an important tool for the study of abstract concepts. However, recent reviews (Bowdle & Gentner, 2005; Pragglejaz, 2007; Kövecses, 2008; Steen, 2017) encourage combining the use of CTM with the latest proposed additions to the theory. The research follows the main theoretical assumptions of Contemporary Theory of Metaphor:

- a. Metaphor is the main mechanism through which we comprehend abstract concepts and perform abstract reasoning.
- b. Metaphor is fundamentally conceptual, not linguistic, in nature.
- c. Metaphors are mappings across conceptual domains.
- d. Such mappings are asymmetric and partial.
- e. Metaphor allows us to understand a relatively abstract or inherently unstructured subject matter in terms of a more concrete, or at least a more highly structured subject matter.
- f. Metaphorical mappings vary in universality; some seem to be universal, others are widespread, and some seem to be culture-specific (Lakoff, 1993).

Unfortunately, the CTM concept does not specify procedures for identifying metaphorical expressions and reconstructing conceptual metaphors. One of the main critics of CTM, G. Steen, argues that metaphor researchers have not progressed since the time of *Metaphors we live by* (Lakoff, 1980) because a reliable mechanism for abstracting conceptual metaphors has not been developed (cited in Gavins, 2014, 501). Metaphor researchers do not agree on a unified model for determining the relationship between source and target domains.

The present research follows a bottom-up approach, also known as inductive analysis of conceptual metaphors (Jäkel, 2003, 143), which allows us to focus on the semantics of linguistic metaphors. The “from below” procedure remains problematic because the criterion for formulating mental schemata, i.e. conceptual metaphors, is vague. The question arises: on what is the assignment of certain features of a source domain to an (abstract) target domain based? The linguistic expression of these domains is not homogeneous, so that certain criteria for determining the source domain must be established. R. Gibbs (2009,17) raises the question: “How does one decide what counts as evidence for conceptual metaphor?” He suggests the mapping criterion for this: “Most simply, metaphorical thought involves a mapping from a source domain into a target domain; non-metaphorical concepts and meaning do not” (2009, 23). Following on from R. Gibbs, this investigation uses the concept of



transferable features that are used as a guide for determining the source domain (Gudavičius, 2014, 45).

In most cases, metaphor researchers identify metaphorical expressions and reconstruct conceptual metaphors based on introspection and intuition, but not based on objective linguistic analyses. According to Pragglejaz (2007), to avoid subjective analysis, it is necessary to develop reliable analytical tools for the identification of metaphorical expressions.

The latter requires a legitimate methodology. Researchers often differ in their intuitions about what constitutes a metaphoric word or phrase. Metaphor researchers often do not provide criteria in their empirical studies to determine what is metaphorical. The Pragglejaz group (the name Pragglejaz is composed of the first letters of the researchers' names: Peter Crisp, Ray Gibbs, Alice Deignan, Graham Low, Gerard Steen, Lynne Cameron, Elena Semino, Joe Grady, Alan Cienki, Zoltan Kövecses) developed the Metaphor Identification Procedure (MIP). The meanwhile revised procedure for the identification of metaphorical expressions MIPVU (A Manual for Identifying Metaphor-Related Words, Steen et al., 2019) enables a methodologically sound identification of metaphorical expressions. It provides the following sequence of analysis (Pragglejaz, 2007, 3):

1. "Read the entire text–discourse to establish a general understanding of the meaning.
2. Determine the lexical units in the text–discourse
3.
  - a. For each lexical unit in the text, establish its meaning in context, that is, how it applies to an entity, relation, or attribute in the situation evoked by the text (contextual meaning). Take into account what comes before and after the lexical unit.
  - b. For each lexical unit, determine if it has a more basic contemporary meaning in other contexts than the one in the given context. For our purposes, basic meanings tend to be
    - More concrete [what they evoke is easier to imagine, see, hear, feel, smell, and taste];
    - Related to bodily action;
    - More precise (as opposed to vague);
    - Historically older;
 Basic meanings are not necessarily the most frequent meanings of the lexical unit.
  - c. If the lexical unit has a more basic current–contemporary meaning in other contexts than the given context, decide whether the contextual meaning contrasts with the basic meaning but can be understood in comparison with it.
4. If yes, mark the lexical unit as metaphorical".

It should be noted that this methodology does not serve to abstract conceptual metaphors but helps to identify metaphorical expressions based on the main criterion – the perception of the contextual meaning of a word in comparison with the basic meaning of the word (Pragglejaz, 2007).

The Pragglejaz principle can be described as an attempt to determine whether a word (a combination of words) names new classes of denotations in the text in comparison with the prototypical use of the word (Gudavičius, 2013, 75). Based on this criterion, it is possible to distinguish a prototypical denotation, an extension/constriction of the denotation class, the naming of another aspect of the denotation, and, finally, the naming of another denotation that can be considered as a result of metaphorical thinking (*ibid.*, p. 80). Although the steps outlined by the Pragglejaz group are difficult to apply to large-scale word processing, the MIP or MIPVU formulates the criterion of whether a word (phrase) is a metaphorical expression, the first step towards a more objective study of conceptual metaphors. Once the metaphorical expressions are established, their semantics and usage are analyzed to designate the source domain and the target domain, i.e. to formulate conceptual metaphors. The linguistic expression of the latter is heterogeneous, so it is necessary to define the criterion for determining the source domain. One of the members of the Pragglejaz group, R. Gibbs, proposes a mapping criterion for identifying metaphorical expressions. If the researcher finds that the features of the source domain are being transferred to the target domain, then it is supposed to be a metaphorical expression (Gibbs, 2009, 23). In agreement with R. Gibbs, this study is based on the concept of cross-domain mapping as the main guideline for determining the source domain of conceptual metaphors (Gudavičius, 2014, 45). Depending on the nature of the transferable features, different ways of actualizing the source domain of metaphorical expressions are possible (*ibid.*, p. 36). The reliability of the mapping criterion is also confirmed by O. Jäkel – in the reconstruction of conceptual metaphors, researchers of different languages and directions obtain very similar results (1999, 23).

Vaccination metaphors will be analyzed in the following sequence:

1. In the first step, lexical nominations for vaccination in the campaign texts and Lithuanian media discourse are selected and analyzed. The corpus of lexical nominations will be divided into center and periphery. In the next steps, we will work only with the lexical nominations that belong to the center, since the study of the periphery is not possible within the scope of this article.
2. The second step involves manual and computer-based identification of metaphorical expressions.
3. The third stage of the analysis involves the identification of the vaccination source domains.
4. After classifying the metaphorical expressions according to the source domains, the conceptual metaphors are reconstructed. The analysis of the media texts follows a bottom-up approach, also called inductive analysis of the conceptual metaphors. This allows us to focus on the semantics of linguistic metaphors.

5. After reconstructing the conceptual metaphors, we search for additional metaphorical expressions with lexical nominations that represent identified source domains. Additional metaphorical expressions confirm the already established conceptual metaphors.
6. This step can be called cognitive interpretation when linguistic data is transformed into cognitive data. Cognitive interpretation is a generalization of the results of semantic analysis to distinguish the cognitive features of the target concept. (Popova & Sternin, 2007, 200).
7. At the final stage of the analysis, the communicative value of the conceptual metaphors is revealed.

## STATE OF RESEARCH

It must be stressed that there are no complex studies of the Covid-19 vaccination metaphors in Lithuanian. An overview of the Anglo-Saxon research discourse yields few studies on vaccination metaphors. E. Semino (2021a) deals with metaphors to address Covid-19 vaccine hesitancy, F. Ervas, P. M. Salis, and R. Fanari (2020) investigate the impact of the use of metaphors in reasoning tasks concerning vaccination. Most Covid-19 researches examine coronavirus (conceptual) metaphors in a variety of contexts. A. Abdel-Raheem (2021) investigates where Covid-19 metaphors come from. E. Semino (2021b) discusses different metaphors for the pandemic and explains why they are used. P. C. D. Silva (2020) looks at a bibliometric study of the COVID-19 (co)llateral effects. D. Craig (2020) provides an overview of the framework of AIDS metaphors developed by critical theorist Susan Sontag to the COVID-19 era. A. D. de Saint Preux and O. M. Blanco (2021) highlight how the metaphorical domains of war and sport influence native Spanish speakers' opinions, decision-making, emotions, and perceptions of threats regarding the pandemic. O. Shymanskaya (2020) discovers metaphorical models of the pandemic in Belarusian, Russian, and English media texts. S. Neshkovska and Z. Trajkova (2020) analyze Covid-19 metaphors in political discourse. R. Sarjono and B. Bram (2021) present the coronavirus through metaphors in online mass media headlines. I. Olza et al. (2021) describe the *#ReframeCovid* initiative dedicated to "collect alternatives to war metaphors for COVID-19 in any language, and to (critically) reflect on the use of figurative language about the virus, its impact, and the measures taken in response".

## DATA COLLECTION

The empirical material for the comparative analysis was gathered from two sources: the official Youtube account of the Lithuanian Ministry of Health, dedicated to the vaccination campaign "Petys už laisvę" ("Shoulder for Freedom") and Lithuanian online media. "Shoulder for freedom" is a reference to a vaccination in which the vaccine is injected into the upper arm (shoulder). Freedom is understood as the return to normal life after the vaccination. The campaign consists of 6 short video clips with monologues of doctors about the importance of Covid-19 vaccination and a clip with statements of prominent Lithuanian politicians about the necessity of vaccination. The campaign began in March 2021, and Lithuanian online media

included texts from the most popular online newspapers and online news portals from 2020 to 2021.

One hundred metaphorical expressions in Lithuanian were analyzed for this study. It should be noted that the linguistic corpus of the official campaign contains only 10 metaphorical expressions. The latter were transcribed from spoken language. Lithuanian media texts, on the other hand, offer a great variety of metaphorical expressions. 90 examples of figurative language about vaccination were collected. Media texts are an important source of evidence because they reflect trends in contemporary language. Further data collection and a larger extract were not necessary as saturation was achieved and no new elements could be added to the corpus of linguistic data.

In this study, we assume that the vaccination concept includes the vaccine sub-concept. Therefore, metaphorical expressions with lexical nominations of both concepts (four Lithuanian core words *vakcina*, *vakcinavimas*, *skiepas*, *skiepijimas*) were singled out for this study and translated into English.

## SOURCE DOMAINS OF THE VACCINATION METAPHORS

Vaccination metaphors in Lithuanian media texts and the official campaign are structured by several source domains, which can be grouped according to the *scala naturae* (Great Chain of Being) (Krzyszowski, 1997; Būdvytė-Gudienė et al., 2014): inanimate nature, plants, animals, humanity, supernatural. In metaphor research, small caps are commonly used to indicate source domains and conceptual metaphors. Each source domain can be subdivided into subdomains that represent specific features of the source domain. The *scala naturae* reflects the classification of human perception of the hierarchical structure of the world. In formulating the conceptual metaphors, each level of the *scala naturae* was divided based on the average speaker's perception, which does not necessarily correspond to the scientific worldview (Jurgaitis, 2015).

The overview of the collected samples shows that the two most frequent source domains are inanimate nature and humanity, followed by source domains supernatural and animals. The source domain plants is almost not active in the figurative language about vaccination.

## SOURCE DOMAIN INANIMATE NATURE

The source domain inanimate nature is structured by six main conceptual metaphors: vaccination is a natural phenomenon, vaccination is a path, vaccination is a journey, vaccination is a vehicle, vaccination is a mechanism, vaccination is a tool.

In Lithuanian public discourse and the official campaign, vaccination is equated with a path (road) or journey. The positive and negative connotations of metaphorical expressions reflect the polarization of the vaccination debate in Lithuania, e.g. (1) *Vaccination is the only way to normal life*; (2) *Mistaken paths of vaccination*. Vaccination is perceived as the only real path to freedom from the virus with obstacles that make the journey difficult. The difficulty of the vaccination

journey can be presented exclusively as space travel: (3) *Covid vaccines are this generation's "flight to the moon" <...>. To reach the destination, metaphorical images of mechanisms or vehicles are used, usually trains e.g. (4) <...> a mass vaccination train is already shining from behind the first curve of the railway; (5) the vaccination train is still struggling; (6) Preferences are holding up the vaccination train. In some cases, the source concept boat helps to understand the vaccination process: (7) 100 million vaccines against COVID-19 have been injected worldwide: Israel and Britain lead, but poor countries remain overboard. The boat metaphor implies an image of drowning, where exposure to the virus is conceptualized as dangerous water: (8) We plan to distribute extra life jackets to people who already have life jackets and leave other people drowning without any life jackets.*

Lexical nominations of vehicle parts are also used to allude to a vehicle, e.g. (9) *The engine is roaring louder: vaccination programs in Europe are finally gaining momentum;* (10) *<...> the "steering wheel of the vaccination process" of the whole Lithuania.* The conventional (dead) metaphor (11) *The British are giving the green light to the COVID-19 vaccine* implies an image of a car waiting at a traffic light.

The source domain of transport seems to activate clusters of metaphorical expressions in Lithuanian public discourse, which can be summarized as conceptual metaphor vaccination is a vehicle. The latter serves to convey certain communicative intentions. Usually, they convey a complex impression of a situation from the sender's desired point of view, e.g. (12) *Therefore, I think that vaccination will take place on several tracks: one track will be down by age group, going through the younger categories, the other track will be large teams, where it will be possible, for example, to come to a large company and vaccinate many people at once <...>;* (13) *In this case, the Ministry of Health acts as a coal-fired locomotive in front of the electric car – until it is built, until it generates steam before it starts to move – the process is already gaining momentum <...>.*

Vehicles are not the only carriers of the metaphorical imagery of vaccination. Various mechanisms or tools illustrate how vaccination is perceived in Lithuanian public discourse, e.g. (14) *<...> two watches are ticking – a vaccine watch and the watch of coronavirus strains;* (15) *<...> the only lighthouse in COVID-19 fog is the vaccine;* (16) *But that's the only key to a normal life.*

Some of the samples analyzed do not reveal any specific mechanism or carrier, e.g., (17) *Specialists from the Ministry of Health are in constant consultation with the European Commission to ensure the smooth operation of the vaccination mechanism.*

Some metaphorical expressions involve a conceptual blending of different source domains, for example, natural phenomena and vehicles. This is a communication strategy in which the sender activates only those features of the source domain that are necessary to highlight an aspect, while the rest is deliberately left out, probably for communicative reasons (Jurgaitis 2015, 20), e.g. (18) *A major breakthrough came in mid-June, when, according to the Rear-Admiral, a "tsunami" of vaccine supplies allowed a higher gear to be shifted".*

The analysis of the examples shows that non-vaccination is also perceived as a journey, but with negative features: (19) *"I have no choice to drive drunk, I have no choice*

*to drive 180 km per hour and endanger others”, says journalist Andrius Užkalnis; (20) <...> due to this situation, medical professionals are forced to drive a car with the parking brake fully applied.*

The third most productive conceptual metaphor in the discussed source domain can be formulated as vaccination is a natural phenomenon. Natural phenomena usually serve as metaphorical images for lack of or impossible control over certain issues. In the target domain vaccination, this rule applies only partially, e.g., (21) *The controversial COVID-19 vaccine is still a distant mirage.*

Most of the metaphorical expressions in this area, however, convey the image of a wave as the stage of vaccination: (22) *The forthcoming second wave of vaccinations will create vital immunity for workers <...>;* (23) *Radviliškis Hospital has completed the first wave of vaccination of hospital staff.* Wave metaphors are usually used in public discourse to conceptualize dangerous phenomena such as crises or the coronavirus pandemic. However, in vaccination discourse, wave metaphors show their ambivalence.

## SOURCE DOMAIN PLANTS

The source domain plants is represented by a single example from public discourse: (24) *Epidemiologists hail the fruits of vaccination: a marked decline in viral outbreaks.* No corresponding examples were found in the texts of the official vaccination campaign. The given metaphorical expression is considered a conventional (dead) metaphor without any particular communicative value. For this reason, further analysis of the source domain plants is not possible. Nevertheless, we share G. Lakoff's point of view that dead metaphors are the most alive – the ones that we use constantly in everyday thought. (Lakoff, 1987, 143).

## SOURCE DOMAIN ANIMALS

The source domain is indicated by the single conceptual metaphor vaccine is a hunted animal. The metaphor is used to represent the difficult access to vaccination, e.g. (25) *With the restrictions tightening – the Janssen vaccine hunt, why is it hard to find?* (26) *The EU's vaccination strategy is becoming clearer: solidarity is being replaced by vaccine hunting outside the EU.* Individuals willing to be vaccinated against Covid-19 are depicted as hunters: (27) *Vaccine hunters: is it possible to vaccinate in another municipality?* Notably, no other features support the metaphorical image of hunting. Usually, the hunting metaphor is accompanied by related source features such as hunting equipment or trophies, but there is no evidence of this in Lithuanian public discourse.

## SOURCE DOMAIN HUMANITY

The source domain humanity is versatile in terms of sample inventory but at the same time clearly structured. The source domain is mainly dominated by three conceptual metaphors: vaccination is war, vaccination is a gambling game, vaccination is a sports competition.

The source domain war can be evidenced in discourses about various emergencies. Not surprisingly, it also massively structures Covid-19 media coverage. According to



I. Olza (2021), “war metaphors have attracted an unprecedented amount of criticism from diverse social agents, for a variety of reasons”. In reaction to this, a collective initiative #ReframeCovid was launched to promote non-war-related language on Covid-19 (source: <https://sites.google.com/view/reframecovid/initiative>).

Analysis of public discourse shows that the virus is perceived as an aggressive creature, an enemy so that the latter concept implies the source domain war. The conceptual metaphor of war is structured by images of military strategy, military forces, acts of war, and weapons. This complex cross-domain mapping not only names the concept of vaccination but also gives it a structure that allows participants in the public discourse to debate about vaccination progress and its consequences. The conceptual metaphor of war is activated by merging individual elements of the source domain to create the complex war scenario: (28) *Figuratively speaking, if you can only defeat a few soldiers in the face of an enemy, prepare for a long and tedious siege. Through it, attackers can understand your defense and adapt. With a large and well-prepared army, opponents can be defeated quickly.*

The Lithuanian public discourse contains metaphorical expressions representing the struggle of anti-virus forces against Covid-19. The deployment of forces is verbalized by the concept front: (29) *Another hope on the vaccine front is extremely cheap vaccines*; (30) *Vaccination front – sluggish participation of pharmacies*; (31) *There is still a lot of fog on the front of the vaccine wars due to mass vaccination*. Military actions against the virus begin with direct confrontation: (32) *Now we are in the heat of battle, together we can win, it is within reach, but we are not there yet <...>*. The metaphor of war is reinforced by the mention of militaristic territories, for example, (33) *<...> turned Lithuania into a child vaccination proving ground <...>*. Lexical nominations of weapons and military fortifications help to frame the fight against the virus: (34) *<...> I have a lot of antibodies and I can expect to have a good bulletproof vest against an aggressive virus during the global virological war*; (35) *Delta strain has intimidated Israel, but for a short time – virus bounces off vaccine shield*; (36) *We now have an effective weapon, the vaccine, but we are hesitant to use it*. Interestingly, opponents of vaccination are also portrayed as actants of the war scene. They are depicted as passive, cowardly participants: (37) *Andrius Užkalnis about anti-vaxxers: this is a population sitting very deep in the trenches, which is difficult to pick out*. The anti-vaccination discourse is marked by the conceptual metaphor vaccine is an explosive. Vaccination is seen as a potentially dangerous phenomenon with signs of suddenness and high destructive power: (38) *<...> the social network operator explains that vaccines are a chemical bomb which allegedly carries out ‘total destruction’ in the body*; (39) *COVID-19 vaccine bomb*.

The second most productive output area, gambling game, usually implies a negative connotation, but the semantics of the metaphorical expressions uncovers a positive evaluation expressed by the source domain feature trump card: (40) *Resorts are pulling the trump card and asking for faster work permits*; (41) *Our strongest trump card is vaccines*; (42) *She adds that this vaccination is a trump card thrown by the municipality*.

The positive connotation of vaccination emerges, analyzing metaphorical expressions about non-vaccination. The latter is portrayed as a deadly game or

lottery: (43) *Why do some people still want to play Russian roulette with their health or even life?* (44) *Just is it worth participating in such a lottery?*

The conceptual metaphor vaccination is a sports competition expresses either a life-and-death tournament between virus and vaccine or competition between Lithuanian municipalities on vaccination rates: (45) *You need to win a vaccination marathon, not to simulate a nice run;* (46) *A. Dulkys promises a vaccination race for municipalities: the top three will be awarded.*

Several metaphorical expressions involve a mapping between the source domain human being and the target domain vaccination, but their isolated occurrence in the public discourse does not allow us to draw a general conclusion: (47) *Vaccination grimaces: ask for a certificate instead of a vaccine;* (48) *In fact, the 'duty' of vaccines is to affect the physical body and force its cells to produce antibodies.*

## SOURCE DOMAIN SUPERNATURE

Supernatural phenomena verbalizing the vaccination in the public discourse can be divided into divine and demonic. The dichotomy of good and evil in metaphorical expressions correlates with the polarity inherent in vaccination discourse. The activation of the source domain divine phenomena is characteristic in texts of proponents of vaccination: (49) *the world of coronavirus vaccines awaits salvation;* (50) *Many people see the vaccine as a miracle that can solve all problems quickly and in the long run;* (51) *Vaccinations are a gift from God and science that they were created so quickly.* On the contrary, demonic phenomena reflect the rhetoric of vaccine skeptics and anti-vaxxers: (52) *Why mass vaccination during a pandemic creates an "unmanageable monster" <...>;* (53) *AstraZeneca Vaccine – Teacher's Bogeyman <>;* (54) *He said sternly about the Russian vaccine against coronavirus: it is Pandora's box;* (55) *<...> we hear sermons from the priests who say it was a devil's invention and God never said it was good to be vaccinated.*

The source domain supernature marks the upper limit of the metaphorical framing of the Covid-19 vaccination in Lithuania using lexical nominations of divine and demonic beings and phenomena.

## THE COMMUNICATIVE VALUE OF CONCEPTUAL VACCINATION METAPHORS

The study reveals a three-dimensional nature of vaccination metaphors in the Lithuanian official campaign and the media discourse. The conceptual (thought), linguistic and communicational functions of a metaphor interact with each other framing the Covid-19 vaccination in Lithuania. Deliberate vaccination metaphors carry a communicative value. According to G. Steen, "<...> a metaphor is used deliberately when it is expressly meant to change the addressee's perspective on the referent or topic that is the target of the metaphor, by making the addressee look at it from a different conceptual domain or space <...>" (Steen, 2008, 222). The communicative value of deliberate vaccination metaphors can be defined as the intentional change of the addressee's perspective on the vaccination or vaccines using public discourse. The latter as a communication phenomenon significantly contributes to public opinion about the vaccination and vaccines in Lithuania.



The attempt to reveal specific communicative intentions goes beyond the competence of linguistics, but in general, the study was able to uncover several ways to facilitate the communicative value of conceptual vaccination metaphors:

- a) Direct equation of source and target domains allows for the addressee to ignore certain features of the source concept. The addresser chooses the desired source domain and leaves no room for addressees' interpretation. A prerequisite for this type of cross-domain mapping is the transfer of the source concept as a whole, e.g. (56) *This is world war*.
- b) Specially constructed texts enable multiple cross-domain mapping. They help the addresser to develop the chosen metaphorical image, transferring more features than is possible in a single metaphorical expression. Such texts are compelling because their subject matter and narrative structure bring a sense of reality closer. The addressee easily recognizes an everyday situation with a logical sequence of events or actions: (57) *The professor compares the third vaccine to repeating the lesson learned. Only in place of the student – your immune memory cells. “At school, when we learn something new, then we just have to repeat it. It is similar to the immune system. Revaccination is repetition – you don’t have to study at first”, said A. Žvirblienė.*
- c) Specially constructed texts are structured not only by one main keynote but also by merging features from different source domains. This happens when public discourse participants are trying to underline the difficulty of the vaccination process. Merging of features from different source domains can be regarded as some sort of synesthesia because logically incompatible features are actualized at the same time: (58) <...> *the subject of vaccination became as sharp as religion* (59) *“The ideal scenario is to build a vaccine wall before the variants start to spread. <...> This is a sign that you need to fasten your belts” <...>.*
- d) The presence of deliberate vaccination metaphors is signaled by metalinguistic comments. Prepositional used meta-linguistic commentaries provide stylistic information and prepare the addressee for a cross-domain mapping, alert the addressee about the presence of metaphors: (60) *“Looking at the whole strategy, it might be hard to call it a strategy, a process of promoting vaccination, we have often heard metaphorically speaking that it should be a balance between carrot and stick”.*
- e) A similar signaling effect is provided by quotation marks as a text labeling tool: (61) *“Vaccination champions”*; (62) *A preacher who called COVID-19 vaccination a “genocide” <...>*; (63) *<...> compared the situation to the “vaccine games”.*

## CONCLUSIONS

1. Cross-domain mapping usually involves a process between a more concrete source concept and an abstract target concept. In the case of a seemingly concrete Covid-19 vaccination phenomenon, the entire range of *scala naturae* is required to frame the concept in Lithuanian public discourse.

2. The most important source domains for Lithuanian vaccination metaphors are inanimate nature and humanity. The Covid-19 vaccination in Lithuanian media discourse is mainly framed by eight conceptual metaphors: vaccination is a natural phenomenon, vaccination is a path, vaccination is a journey, vaccination is a vehicle, vaccine is a hunted animal, vaccination is war, vaccination is a gambling game, vaccination is a sports competition.
3. The analysis of metaphorical expressions uncovers a polarization of the vaccination debate in Lithuania. Positively connoted samples reflect the rhetoric of vaccination proponents while negative connotation shapes the metaphorical discourse of vaccination opponents.
4. The study reveals a three-dimensional nature of vaccination metaphors in the Lithuanian media discourse. The deliberate vaccination metaphors are a tool of persuasion affecting an addressee in the public discourse.

## REFERENCES

- Abdel-Raheem, A. (2021). Where Covid metaphors come from: reconsidering context and modality in metaphor. *Social Semiotics*, Ahead-of-print, 1-40. doi:10.1080/10350330.2021.1971493.
- Bowdle, B. F., & Gentner, D. (2005). The Career of Metaphor. *Psychological Review*, 112(1), 193.
- Būdvytytė-Gudienė, A., Gudavičius, A., Jurgaitis, N., Papaurėlytė-Klovienė, S., & Toleikienė, R. (2014). *Konceptualiosios metaforos viešajame diskurse. Konceptualiųjų metaforų žodynas*. Vilnius: BMK leidykla.
- Craig, D. (2020). Pandemic and its metaphors: Sontag revisited in the COVID-19 era. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1025-1032.
- De Saint Preux, A. D., & Blanco, O. M. (2021). The power of conceptual metaphors in the age of pandemic: The influence of the WAR and SPORT domains on emotions and thoughts. *Language & Communication*, 81, 37-47.
- Ervas, F., Salis, P. M., & Fanari, R. (2020). Exploring metaphor's effects in reasoning on vaccination. <https://psyarxiv.com/rvxpd/>.
- Gavins, J. (2014). Metaphor studies in retrospect and prospect: An interview with Gerard Steen. *Review of Cognitive Linguistics*. Published under the auspices of the Spanish Cognitive Linguistics Association, 12(2), 493-510.
- Gibbs, R. W. (2009). Why do some people dislike conceptual metaphor theory? *Cognitive Semiotics*, 5(1-2), 14-36.
- Gudavičius, A. (2013). Žodžio semantinė struktūra nominacijos požįriu. *Filologija*, 18, 70-85.
- Gudavičius, A. (2014). Ištakos srities raiška metaforiniuose pasakymuose. *Filologija*, 19, 33-47.
- Jäkel, O. (1999). Kant, Blumenberg, Weinrich: Some forgotten contributions to the cognitive theory of metaphor. In *Metaphor in Cognitive Linguistics*, 9-27.

- Jäkel, O. (2003). *Wie Metaphern Wissen schaffen: die kognitive Metapherntheorie und ihre Anwendung in Modell-Analysen der Diskursbereiche Geistestätigkeit, Wirtschaft, Wissenschaft und Religion*. Hamburg: Kovač.
- Jurgaitis, N. (2015). *Krizės konceptas lietuvių ir vokiečių kalbose*. Daktaro disertacija: humanitariniai mokslai, filologija (04H). Šiauliai: Šiaulių universitetas.
- Kövecses, Z. (2008). Conceptual metaphor theory: Some criticisms and alternative proposals. *Annual review of cognitive linguistics*, 6(1), 168-184.
- Krzeszowski, T. P. (1997). *Angels and devils in hell: Elements of axiology in semantics*. Warszawa: Wydawnictwo Energeia.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (1987). The death of dead metaphor. *Metaphor and Symbol*, 2(2), 143-147.
- Lakoff, G. (1993). The Contemporary Theory of Metaphor. *Metaphor and thought*, ed. by Andrew Ortony, 202-251.
- Neshkovska, S. Trajkova, Z. (2020). *Coronavirus-inspired Metaphors in Political Discourse*. Thesis, 9 (2), 99-132.
- Olza, I., Koller, V., Ibarretxe-Antuñano, I., Pérez-Sobrino, P., & Semino, E. (2021). The# ReframeCovid initiative: From Twitter to society via metaphor. *Metaphor and the Social World*, 11(1), 98-120.
- Popova, Z. D., & Sternin, I. A. (2007). *Когнитивная лингвистика*. Москва: АСТ.
- Pragglejaz Group. (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 22(1), 1-39.
- Sarjono, R. I. L., & Bram, B. (2021). Portraying Coronavirus through Metaphors in Online Mass Media Headlines. *Linguists: Journal Of Linguistics and Language Teaching*, 7(1), 105-117.
- Semino, E. (2021a). From roast dinners to seatbelts: Metaphors to address Covid-19 vaccine hesitancy. <https://www.lancaster.ac.uk/vaccination-discourse/2021/09/12/from-roast-dinners-to-seatbelts-metaphors-to-address-covid-19-vaccine-hesitancy-by-elena-semino/>.
- Semino, E. (2021b). "Not soldiers but fire-fighters"—metaphors and COVID-19. *Health Communication*, 36(1), 50-58.
- Shymanskaya, O. Y. (2020). Metaphors of Coronavirus in Contemporary Media. *Filologické Vědomosti*, (1), 13-15.
- Silva, P. C. D. (2020). Pandemic metaphors: bibliometric study of the COVID-19 (co)llateral effects. *Research, Society and Development*, 9(11), e7809119636-e7809119636.
- Steen, G. (2008). The paradox of metaphor: Why we need a three-dimensional model of metaphor. *Metaphor and Symbol*, 23(4), 213-241.
- Steen, G. (2009). Deliberate metaphor affords conscious metaphorical cognition. *Cognitive Semiotics*, 5(1-2), 179-197.

- Steen, G. (2011). From three dimensions to five steps: The value of deliberate metaphor. *Metaphorik.de*, 21(2011), 83-110.
- Steen, G. (2017). Deliberate Metaphor Theory: Basic assumptions, main tenets, urgent issues. *Intercultural Pragmatics*, 14(1), 1-24.
- Steen, G., Dorst, L., Herrmann, J. B., Kaal, A., Krennmayr, T., & Pasma, T. (2019). MIPVU: A manual for identifying metaphor-related words. *Metaphor Identification in Multiple Languages: MIPVU around the world*, 22, 24-40.
- Wehling, E. (2018). *Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet- und daraus Politik macht*. Ullstein Buchverlage, p. 180-183.



¿Cómo se ha comportado la prensa española  
en Twitter durante los estados de alarma  
provocados por la Covid-19?

How has the Spanish press behaved on Twitter  
during the states of alarm caused by Covid-19?

Comment la presse espagnole s'est-elle  
comportée sur Twitter pendant les états d'alerte  
provoqués par le Covid-19?

VICTORIA MORA DE LA TORRE

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*victoria.mora@urjc.es*

ANTONIO DÍAZ LUCENA

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*antonio.díaz@urjc.es*

## **Resumen**

La pandemia ha puesto a prueba a ciudadanos, instituciones y corporaciones de todo el mundo. La adaptación al nuevo escenario ha sido una labor compleja que ha requerido de esfuerzos y sacrificios para amoldarnos a las nuevas circunstancias. La presente investigación pretende analizar el uso que ha hecho la prensa española de la red social Twitter con el propósito de afirmar o refutar la principal hipótesis que ha servido de hilo conductor a nuestro planteamiento: la prensa española ha modificado su estrategia en Twitter debido a las circunstancias.

Abordaremos esta investigación desde un enfoque mixto que combina procedimientos del enfoque cuantitativo y cualitativo. Esta aproximación multidisciplinar a nuestro objeto de estudio nos permitirá realizar un análisis más completo y profundo sobre el fenómeno a investigar. De esta manera, elaboraremos mediciones numéricas y análisis estadísticos de los datos mediante procesos secuenciales y

probatorios comunes en el enfoque cuantitativo. Además, se procederá a incorporar métodos inductivos propios del enfoque cualitativo destacando entrevistas a los medios y análisis del contenido de los mensajes en Twitter.

El marco temporal que comprende el presente estudio de recogida de datos en esta plataforma se ha determinado desde la fecha oficial en la que el gobierno decreta el inicio del confinamiento el 15 mar de 2020 y lo revoca el 21 junio de 2021. Durante este periodo los diarios que conforman nuestra muestra de trabajo enviaron más de 165 mil tuits. Además, a esta cantidad le hemos agregado los tuits emitidos por estos periódicos un mes antes y después de nuestro marco temporal, con el fin de poder entender con mayor precisión las posibles variaciones.

Las selecciones de las cabeceras que componen este estudio han sido determinadas por tres variables: diarios nacionales y generalistas, mayor número de seguidores y gran actividad y visibilidad en la red social Twitter. De este modo, siguiendo las condiciones esgrimidas y con el propósito de abordar un amplio espectro de opciones, hemos escogido cuatro periódicos con tirada en papel (*El País*, *La Vanguardia*, *ABC* y *El Mundo*) y cuatro diarios nativos digitales (*20 Minutos*, *El Español*, *elDiario.es* y *El HuffPost*).

**Palabras clave:** Covid-19, Prensa escrita, Twitter, Enfoque Mixto-, Entrevistas.

## INTRODUCCIÓN

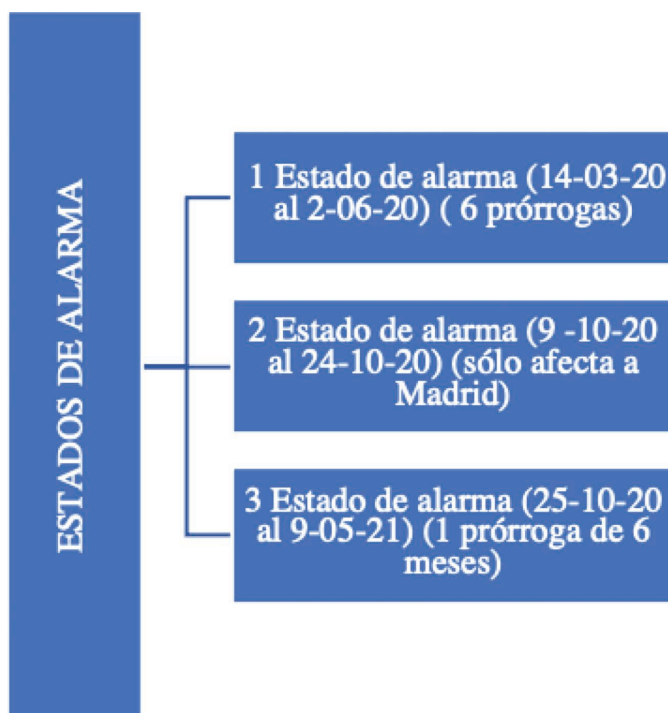
La pandemia que ha asolado al mundo ha propiciado una serie de necesidades que han variado en función de la evolución de los datos sanitarios suministrados. Toda la sociedad se encontraba pendiente de las cifras y actualizaciones que diariamente proporcionaban los organismos gubernamentales. Los medios de comunicación se convirtieron en una prioridad para los ciudadanos que deseaban y necesitaban saber más sobre lo que estaba aconteciendo. En especial, destacaron los medios digitales –por su facilidad y rapidez en la publicación y penetración en internet– que se convirtieron en la primera opción elegida por la mayoría para seguir las informaciones derivadas de la Covid-19 (Masip et al. 2020; Casero-Ripollés;2020).

El Gobierno tomó la decisión de adoptar la medida excepcional de decretar el estado de alarma, regulado en la Constitución Española de 1978 y desarrollado posteriormente en la Ley Orgánica de los estados de alarma, excepción y sitio<sup>1</sup> con el fin de atenuar la expansión del virus, a pesar de que esta decisión implicaba limitar principios fundamentales del individuo. Una medida drástica que desencadenó una serie de cambios sociales, políticos y económicos sin precedentes. De manera que el 14 de marzo de 2020 el Consejo de ministros decretó la entrada en vigor del primer estado de alarma mediante el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo<sup>22</sup>. Una situación, que España ha sufrido en dos ocasiones más como se refleja en la figura 1 que permite acotar la temporalización del presente trabajo.

1. Ley orgánica 4/1981, de 1 de junio, de los estados de alarma, excepción y sitio.

2. Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, BOE, 67 § (2020). <https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-3692> 23.

Figura 1. Cronología de los Estados de alarma motivados por la crisis sanitaria.



Debido al carácter nacional de este estudio quedaría fuera de él, como tal, el segundo estado de alarma en tanto que solo afectó a la Comunidad de Madrid. De esta manera, se establece una franja temporal de análisis que se inicia el 1 de marzo de 2020 hasta el 31 de mayo de 2021. Así pues, estos meses incluyen los dos periodos de excepcionalidad decretados más la franja temporal que los separa y que hacen un total de noventa y ocho días de confinamiento riguroso en España. De la noche a la mañana, se pasó de tener una vida con libertades y movilidad a estar encerrados en las viviendas; circunstancia que implementó una adaptación exprés a la operativa laboral *on line*. Un gran reto a todos los niveles desde tecnológicos hasta humanos (Cifuentes-Faura, 2020). Si bien la pandemia impactó sobre el sistema laboral, no todos los sectores se resintieron de la misma manera. Por ejemplo, los oficios dedicados a productos de primera necesidad no se vieron tan afectados por este cambio como aquellos que pudieron reconvertirse a remoto (Llorrente Heras, 2020). El ámbito de la educación fue, si cabe, el ejemplo más representativo de la capacidad de adaptación a este nuevo escenario que puso de manifiesto las virtudes y las debilidades del propio sistema (Valero-Cerdeño et al., 2020; García-Planas et al., 2021; Izquierdo et al., 2021). De igual manera, aspectos más sociales como el entretenimiento quedaron delimitados al hogar (García-Sánchez-Bayón, 2021). Con todo, el consumo de información a través de los medios de comunicación se incrementó notablemente donde destacó la televisión con programas de género “*infoshow*” sobre otros puramente más informativos (Blasco et al., 2020).



Este escenario se convirtió por tanto en un marco propicio para el aumento de conexiones a Internet donde muchas buscaban su cita con las redes sociales, como recoge el informe Pew Research de 2020. Los ejemplos más llamativos por la verticalidad de su incremento durante este periodo fueron: TikTok (Herencia, 2020) y YouTube (Orduña-Malea et al., 2020).

El aumento de información sobre la Covid-19 ascendió notablemente hasta en un 34% en las dos primeras quincenas del confinamiento (Casero-Ripollés, 2020a) y repercutió en los soportes digitales de la prensa (Lázaro-Rodríguez & Herrera-Viedma, 2020). Hecho que se ha confirmado y estudiado desde diferentes perspectivas aplicadas a las redes sociales como ha sido el caso de Facebook, donde se ha podido comprobar la distribución en esta red social de las cifras derivadas de la pandemia como uno de los principales componentes de los mensajes publicados (Lázaro-Rodríguez, 2020).

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Esta investigación tiene como objetivo principal el análisis del trabajo realizado por la prensa española en Twitter durante los quince meses que engloba los estados de alarma decretados a nivel nacional derivada de la crisis de la Covid -19. Con ello se busca conocer la posible optimización que han llevado a cabo los diarios seleccionados de las diferentes herramientas que pone a su disposición esta red social para transmitir sus mensajes a la audiencia. De este objetivo principal derivan otros más específicos, como: 1) cuantificar el número de mensajes enviados; 2) recopilar las reacciones de la audiencia (likes y retuits); 3) analizar el contenido de los mensajes (caracteres y emojis); y 4) reflexionar sobre la estrategia elegida para alcanzar mayor penetración.

De estos objetivos específicos citados han surgido algunas hipótesis que serán las guías de este estudio:

H.1. La prensa nacional ha incrementado el número de tuits durante el periodo de crisis sociosanitaria.

H.2. La prensa española entiende el uso de la red social Twitter y ha sido capaz de conseguir elaborar mensajes eficaces que han logrado mayores interacciones de la audiencia.

H.3. La estrategia desplegada por los diarios seleccionados ha sido similar y efectiva.

El marco temporal de extracción de datos de Twitter comienza desde la declaración del primer estado de alarma (14 de marzo de 2021) hasta la finalización del tercer estado de alarma (9 de mayo de 2021). Las cabeceras seleccionadas responden a tres variables: 1) periódicos nacionales generalistas; 2) gran número de seguidores; y 3) visibilidad notoria en esta red social marcada por su inversión e iniciativas. Atendiendo a estos criterios, se han elegido cuatro periódicos con tirada en papel y edición en digital (*El País*, *La Vanguardia*, *ABC* y *El Mundo*) y cuatro diarios nativos digitales (*20 Minutos*, *El Español*, *elDiario.es* y *El HuffPost*).

Se aborda este estudio desde un enfoque mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación. En este sentido, trabajos como los realizados

por Córdoba-Cabús et al. (2020) sobre un objeto de estudio parecido han servido de punto de partida. Se ha trabajado con un total de 549.995 tuits entre todas las cuentas señaladas en estos quince meses. Los datos han sido extraídos de Tweet Binder; uno de los proveedores oficiales de estadísticas anunciados en el portal de Twitter. Una vez obtenidos los más de medio millón de tuits y su correspondiente número de *likes*, retuits y *hashtags* más utilizados durante 2020 hemos procedido a ordenar y contabilizar cuantitativamente los datos ejecutando un análisis dinámico con toda la información lograda. Manipular y procesar estas cantidades de datos –más de 3 millones– ha sido uno de los grandes retos técnicos de esta investigación.

Y, por último, desde una aproximación cualitativa se complementará este estudio con la realización de entrevistas en profundidad (Navarrete, 2003; Taylor & Bogdan, 2008) a los principales responsables de redes sociales de los periódicos analizados. De esta manera se persigue complementar los datos que arrojan los procesos estadísticos con la información cualitativa de las entrevistas con el propósito de respaldar o refutar la hipótesis y los objetivos planteados.

## RESULTADOS DEL ANÁLISIS

Se han examinado un total de 549.995 tuits publicados por los ocho periódicos seleccionados entre el 1 de marzo de 2020 y el 9 de mayo de 2021. En la tabla 1 se pueden ver los datos identificativos de los mismos, cuyo análisis se desarrollará en apartados posteriores.

Tabla 1. Información de las cuentas de los periódicos objeto de estudio.  
Fuente de elaboración propia.

Periódicos	Cuenta de Twitter	Fecha de apertura	Número de Seguidores
<i>El País</i>	@El_pais	agosto-07	8.043.347
<i>La Vanguardia</i>	@Lavanguardia	septiembre-09	1.227.623
<i>ABC</i>	@abc_es	febrero-09	2.119.621
<i>El Mundo</i>	@elmundoes	abril-08	3.939.850
<i>20 Minutos</i>	@20m	abril-09	1.457.088
<i>elDiario.es</i>	@eldiarioes	marzo-12	1.267.644
<i>El Español</i>	@elespanolcom	diciembre-14	431.324
<i>El Huffpost</i>	@ElHuffPost	agosto-11	513.744

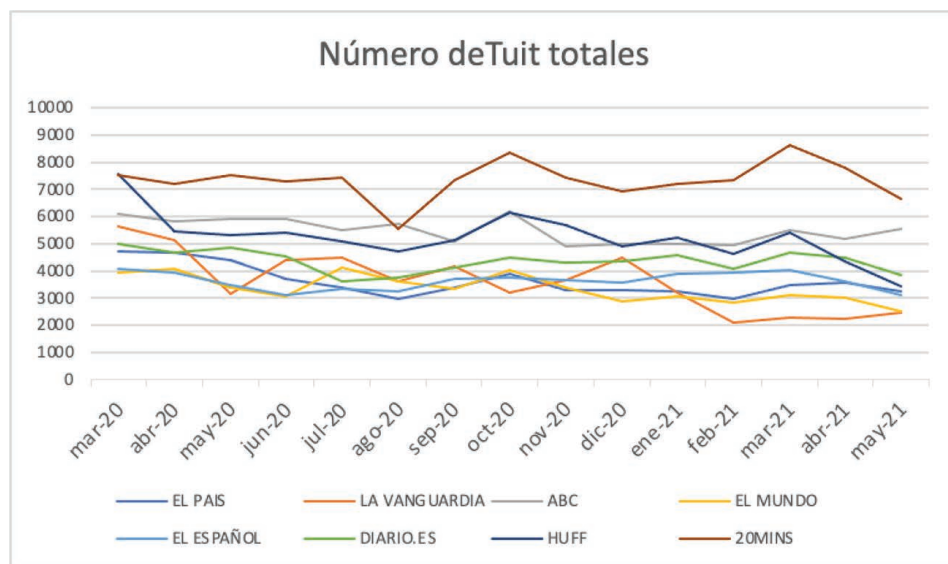
## LOS TUI TS PUBLICADOS

Los tuits son mensajes de texto cortos de *microblogging* que incluyen un máximo de 280 caracteres y que pueden contener otra serie de complementos como son links y elementos multimedia (fotografías, vídeos, GIF o cuestionarios a los que se les pueda agregar otro tuit o incluir ubicación). Las interacciones que se pueden llevar a cabo sobre los tuits son diversas: 1) responder al mensaje de forma escrita; 2) enviar un “me gusta”; 3) guardar y ordenar; y 4) *retuitear*. Una alternativa que ofrece nuevas posibilidades y funciones. Las acciones citadas se pueden visualizar

en la función de hilo que recoge las interacciones producidas sobre un tuit. Además, cabe señalar otro aspecto que llama la atención en esta red social relacionado con el orden y almacenamiento mediante listas, temas, elementos guardados y momentos.

De los 549.995 tuits analizados y recogidos en la gráfica 1, se puede comprobar que las cabeceras que registran mayor actividad en Twitter durante estos quince meses han sido las siguientes: *20Minutos* (110.258 tuits), *ABC* (82.323 tuits) y *The Huffpost* (78.459 tuits). Seguido de *ElDiario.es* (65.481 tuits), *El Español* (54.442 tuits), *La Vanguardia* (54.309 tuits), *El País* (54.271tuits) y en última posición *El Mundo* (50.452 tuits).

Gráfica 1. Número total de tuits en el periodo que comprende los tres estados de alarma en España. Fuente de elaboración propia.



Se advierte en la misma, como los meses que registran el mayor número de publicaciones corresponden con las semanas más duras de confinamiento domiciliario. El segundo mayor repunte de tuits obedece al comienzo del tercer estado de alarma que culmina en marzo de 2021 cuando se avanzan las primeras informaciones sobre el fin del tercer estado de alarma<sup>3</sup>. De esta manera, se percibe que la mayoría de los diarios guardan una misma tendencia en las medias de tuits publicados salvo en dos casos: *La Vanguardia* y *The Huffpost*. Ambos sufren un descenso significativo del número de mensajes que coincide con el final de las restricciones más férreas que se llevaron a cabo en el primer estado de alarma. Una tendencia que evoluciona de diferente forma. Así, mientras *La Vanguardia* muestra claramente un descenso, *The Huffpost* mantiene la caída mostrando en ocasiones un pequeño repunte en el

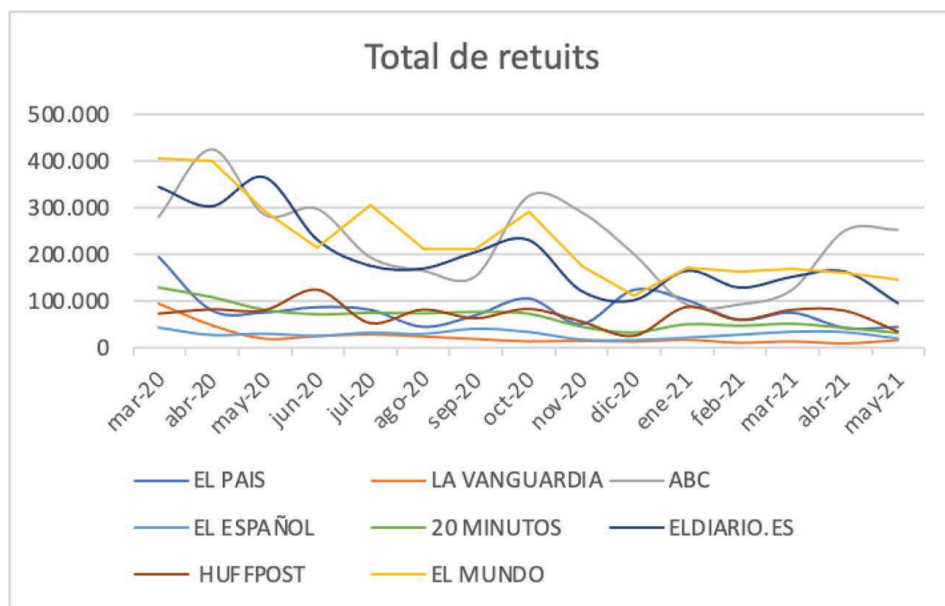
3. <https://www.elmundo.es/espana/2021/05/05/60927e7821efa0f5308b4611.html> consultado el 13 de Agosto de 2021.

inicio del tercer estado de alarma. Estos picos se van diluyendo en el tiempo hasta culminar en una bajada constante. Aspecto que es compartido con el resto de los periódicos, salvo en el caso de *ABC*, y que coincide con el levantamiento del tercer estado de alarma.

## ANÁLISIS DE LAS CUENTAS: LA RESPUESTA DE LOS USUARIOS

El número de retuits que alcanza un mensaje arroja información sobre el éxito y la penetración de ese contenido en la plataforma. Si cuantificamos esta cifra de interacciones obtenidas por los diarios seleccionados en el periodo de este estudio hallamos la cifra de 13.919.492 retuits. El mayor porcentaje se atribuye a *ABC* (3.435.686 retuits) seguido de *El Mundo* (3.430.932 retuits); *El Diario.es* (2.953.811 retuits); *The Huffpost* (1.062.093 retuits); *El País* (1.239.273 retuits); *20 Minutos* (986.498 retuits); *El Español* (434.048 retuits); y por último *La Vanguardia* (377.151 retuits). En la gráfica 2 se puede seguir la evolución de estos datos a lo largo de los quince meses. Las cabeceras que despuntan son *El Mundo*, *ABC* y *El Diario.es* que constituyen un grupo diferenciado. En este sentido, también se debe anotar el descenso de interacción de la audiencia marcado por el inicio de los estados de alarma nacionales y el de los periodos vacacionales de verano y navidades.

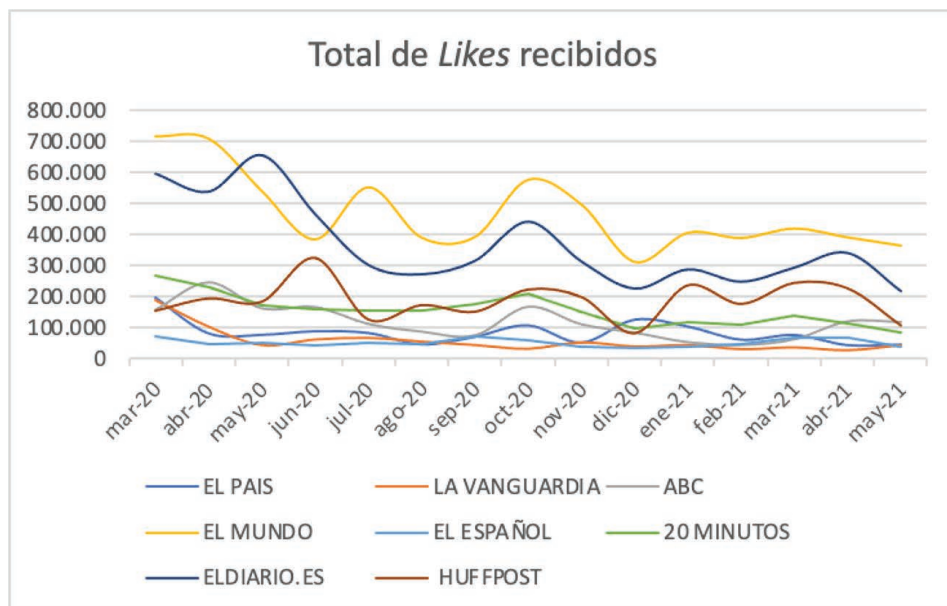
Gráfica 2. Número total de Retuits en el periodo analizado. Fuente de elaboración propia.



Si se atiende al empleo de *likes* de estos diarios se obtiene otro dato significativo para este análisis. Su cifra total alcanza 21.205.358 interacciones con el contenido y se distribuye de la siguiente manera: *El Mundo* (7.036.230 *likes*), *El Diario.es* (5.487.398 *likes*) a la cabeza seguidos de *The Huffpost* (2.776.983 *likes*) que se desmarca de forma significativa de *20 Minutos* (2.317.121 *likes*), *ABC* (1.730.379 *likes*) y *El País* (1.239.273

likes). En última posición citamos *La Vanguardia* (864.060 likes) y *El Español* (753.914 likes). La evolución de estos números se recoge en la gráfica 3 donde destacan *El Mundo* y *El Diario.es*.

Gráfica 3 Número total de likes por tuit originales en el periodo de tiempo analizado. Fuente de elaboración propia.



Concluyendo, si bien tanto los *likes* (gráfica 3) como los retuits (gráfica 2) presentan un comportamiento alcista, se debe anotar que despiantan algo más las interacciones de *likes* en este periodo como tónica general. Aspecto que pone de manifiesto el éxito de la opción de “me gusta” por encima de una respuesta más colaborativa como es el retuit. Sin embargo, el diario ABC rompe esta tendencia obteniendo un mayor número de retuits (3.435.686) que de *likes* (1.730.379).

#### PRINCIPALES ELEMENTOS DIFERENCIADORES EN LOS TUIITS: EMPLEO DE # Y ETIQUETAS

Las cuentas de Twitter permiten una doble funcionalidad comunicativa: compartir e interactuar con el contenido de un tuit. Su posicionamiento depende de forma directa de los impactos y la forma en al que el usuario se relaciona con el contenido dentro de la línea temporal o cronológica de la red (Madrigal, 2021). Por ello, la notoriedad de un mensaje está condicionado por el número de interacciones que la audiencia registra en forma de *clics* sobre el mismo. De esta manera, entran en juego variables como: un contenido polémico, la familiaridad del usuario con la temática, su proximidad geográfica, el empleo de hashtags, el uso de etiquetas o la formas en la que se hace más atractivo el mensaje mediante la inclusión de contenidos multimedia (videos, *streaming* o fotos) que favorecen su expansión y penetración. En este sentido, se ha procedido a analizar algunas de las opciones más significativas.

Las conocidas etiquetas que emplea esta red social sirven para destacar cuál es el tema principal del contenido del tuit; una forma de catalogar la información mediante el empleo de palabras claves. Así pues, esta estrategia proporciona un acceso más rápido a otros mensajes relacionados con carácter retroactivo mediante una simple búsqueda en la plataforma. Tal es la funcionalidad que puede adquirir en los discursos que se lanzan, que varios autores han realizado estudios muy diversos para poder establecer su repercusión en el ámbito social (Cleries, 2019; Laudano, s. f.), político (Casero-Ripollés, 2020b; Rodríguez, 2019), e incluso mediático (Rubio, 2018; Cabrales, 2017).

De los 549.995 tuits publicados por las ocho cuentas en el periodo propuesto, se ha detectado la presencia de una serie de temas reiterativos relacionados con la Covid-19 y usados como etiquetas. Muchos de ellos han sido acompañados por un #. Con todo, se han podido extraer los siguientes datos: coronavirus (39.906 tuits); Covid (30.232 tuits); pandemia (15.263 tuits); UCI (2.427 tuits); casos (10.512 tuits); alarma (8.351 tuits); cuarentena (4.127 tuits); pandemia; y palabras que contienen: “confin”- (11.816 tuits); “sani” - (17.443 tuit); “vacun”- (16.793 tuits); “infe”- (3.411 tuits); “aislam”- (640 tuits); “desescal”- (3.443 tuits); “inmu”- (1.816 tuits), y “contagiad”- (1.820 tuits).

Se muestra un claro descenso del uso de los contenidos que contienen etiquetas con “confin”-, o “aislam”- que se corresponde con la finalización del periodo más duro de confinamiento domiciliario. Una tendencia parecida sufre el resto de los términos citados, con excepción de “alarma”, “cuarentena”, “virus”, “pandemia” y aquellas palabras que contienen “inmun”-, “desescal”- y “contagiad”-. Estos últimos, muestran un repunte coincidiendo con el primer y el tercer estado de alarma donde se llega a obtener su máximo empleo a medida que nos vamos acercando al final de estos.

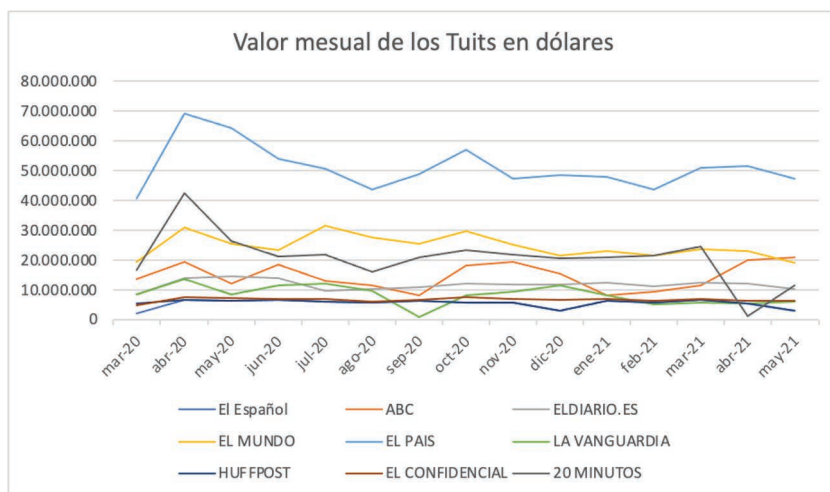
## VALOR ECONÓMICO DEL TUIT

Una vez analizados los parámetros más relevantes se puede justificar si el empleo realizado de Twitter por parte de los diarios de este estudio para trasladar sus contenidos a la audiencia ha variado con respecto al marco pre-crisis o sin embargo ha cosechado mayores éxitos. Con este fin introducimos el ítem que responde al valor económico de cada uno de los tuits emitidos en el periodo de tiempo estudiado. Este parámetro que proporciona la empresa Tweet Binder en sus informes calcula el valor asociado a cada uno de los tuits mediante diversas variables, las cuales se pueden agrupar en tres grandes bloques: el número de *followers*, elementos constitutivos y factores de respuesta<sup>44</sup>. El valor resultante es una cifra en dólares que las acciones realizadas en cada uno de los meses, atendiendo a las fluctuaciones y a la constitución específica del mensaje, como se recoge en la gráfica 7. En ella se muestra cómo *El País* lidera con gran diferencia este ranking. Le siguen *El Mundo* y *el 20 Minutos* con números más bajos pero constantes, y en un último bloque el resto de los periódicos analizados.

4. <https://www.tweetbinder.com/blog/how-much-my-twitter-worth/> consultado el 12 de agosto de 2021.



Gráfica 7. Evolución del valor económico de los tuits realizados por las diferentes cuentas. Fuente de elaboración propia.



## DISCUSIÓN

Los datos aportados por los tuits publicados, por cada uno de los diarios en el periodo de estudio, arrojan una mayor actividad de los cuatro periódicos nativos digitales en Twitter. Una primera reflexión nos acerca a pensar en la escasa rentabilidad que esta red social ofrece a los diarios con un modelo de negocio más diversificado como puede ser el caso de las cabeceras tradicionales. Su presencia en Twitter se antoja obligada, pero parecen disentir de la eficacia de esta plataforma para trasladar sus contenidos. En este sentido, Vicente Ruiz Gómez<sup>5</sup>, subdirector de *El Mundo*, nos ha manifestado que el porcentaje de tráfico que generan en la web de la edición digital a través de Twitter es realmente bajo y aunque su presencia en Twitter es activa y visible, confían más en otras redes para trasladar sus contenidos, pero sobre todo en el proyecto de suscriptores donde son capaces de interactuar de una manera más personal con la audiencia.

Al comparar variables tales como el número de seguidores y tuits originales, llama poderosamente la atención el caso de *El País* y *El Mundo*, en tanto que son las dos grandes cabeceras que más seguidores poseen y a su vez las que menor actividad generan con contenidos originales. Entre ambas variables se ha visto una relación inversamente proporcional como ejemplifica el caso de *El País* frente al caso *The Huffpost* cuya relación de seguidores y número de tuits muestra un mayor éxito con sus publicaciones en Twitter. De esta manera, las cuentas con menos seguidores son las que más acciones han realizado en el periodo estudiado. Por lo que no se puede pensar que a mayor número de seguidores mayor número de interacciones. Los datos aportados sobre los tuits publicados y el estudio comparativo de las aportaciones derivadas del análisis de la variable del retuit, establecen dos cabeceras en papel –*ABC* y *El Mundo*– como las que más

5. Entrevista realizada el 24 de julio de 2021.

retuits han logrado seguidas de *El Diario.es*, *The Huffpost*, *El País*, *20 Minutos*, *La Vanguardia* y *El Español*, cuyos contenidos han tenido una menor interacción por parte del usuario de la cuenta.

Con respecto al grado de efectividad de los mensajes, el análisis de las variables tuit y retuit, reflejan unos grandes resultados alcanzados por las acciones realizadas por *El Mundo*, que, a diferencia de la estrategia de *ABC*, en los que la cantidad de tuit y retuits llegan a obtener el mismo número, apuesta por elaborar un menor número de tuits, pero mucho más efectivos ya que poseen el segundo número de interacciones con el contenido. Una postura que encuentra su contrarréplica en el caso de *20 Minutos*, siendo ésta la cuenta que más mensajes publica y uno de los tres que menos retuits obtiene. Por todo ello, se demuestra la incapacidad para establecer una correspondencia entre el incremento de mensajes con el aumento de interacciones por parte de la audiencia sin tener en cuenta los elementos compositivos del mensaje.

Desde una perspectiva más general se ha señalado el descenso generalizado del uso del retuit por parte de la audiencia. El posicionamiento de los diarios ante esta herramienta es otra variable que ha afectado a su uso. Así, su consideración como unas posibilidades de visualización de los redactores, entrevistados, *blogs* e incluso de los lectores más afines, como manifiesta Carlos Serrano, responsable de redes de *20Minutos*, funciona una estrategia de *marketing* que no consigue fidelización.

En otro orden, al comparar *ítems* como el número total de tuits, retuit y *likes* recibidos, las cuentas de los periódicos que mejor han sabido llegar a sus usuarios son *El Mundo*, *El Diario.es* y *The Huffpost* ya que mantienen una relación constante entre los diferentes factores. De ellos *El Mundo* lidera los mejores resultados en el periodo analizado, ya que a pesar de ser el que menos tuits ha efectuado, ha conseguido una mayor ratio de interacciones con su contenido tanto en retuit como en *likes*. Por ende, las cuentas que parecen mostrar un claro distanciamiento con sus seguidores en esta red son *La Vanguardia* y *El Español*, que son los que menos respuestas en *likes* y retuits han obtenido. Otro caso destacado se muestra con el *El País*, cuya la relación entre el número de seguidores y su contenido no arroja datos significativos, alcanzando una interacción muy baja con sus mensajes.

Con respecto al análisis de los datos del retuit, recogidos en la gráfica 2, muestran un incremento de la acción del usuario con el contenido en aquellos momentos relacionados con el devenir de acontecimientos sociales representativos relacionados con periodos vacacionales como son Navidades y Semana Santa, que se han visto afectadas mediante la implementación de duras restricciones sociales como son la reducción del número de personas que se pueden reunir en espacios cerrados, apertura del ocio nocturno o incluso la cancelación de eventos. La incertidumbre sobre el devenir de estos dos periodos ha incentivado la búsqueda de información y su difusión en la red objeto de estudio.

En última instancia, en cuanto al uso de las etiquetas y de los *hashtags* empleados por las cuentas de Twitter de los periódicos analizados se ha podido observar un claro paralelismo con la evolución de la pandemia permitiendo replicar el escenario sociosanitario que se estaba produciendo. De esta manera si se toma la evolución de



los datos de fallecidos<sup>66</sup>, recogidos en la gráfica 6, se puede comprobar esta correlación entre el empleo de los términos señalados anteriormente y el progreso del número de víctimas.

Gráfica 6. Número de fallecidos por Covid-19 en España. Fuente de elaboración propia.<sup>7</sup>



El empleo de etiquetas como “desescalada” o “cuarentena” pierden uso según se van finalizando los estados de alarma decretados, que vienen propiciados por la mejora de los números de difuntos a causa del coronavirus. Dato que se toma de referencia en la toma de decisiones sobre las restricciones asociadas a los estados de alarma decretados.

## CONCLUSIONES

Las circunstancias excepcionales derivadas de la crisis sanitaria provocada por el SRAS-CoV-2 han propiciado una serie de cambios sociales, políticos y económicos a nivel internacional sin precedentes en el siglo XXI. Debido a su magnitud, la prensa se ha visto afectada de forma significativa. El análisis de las cuentas de la prensa en Twitter nos ha proporcionado una respuesta que confirma el descenso del uso de esta red social durante la pandemia a pesar de la necesidad de información e interacción que la ciudadanía ha experimentado. Los datos extraídos del estudio de los quince meses analizados de los diarios seleccionados han arrojado esta tendencia bajista en esta red social indistintamente.

6. Se toma como valor el índice de fallecidos ya que es el valor oficial más fiable en todo el periodo estudiado debido a la situación inicial de la pandemia en la que datos como la incidencia acumulada no eran fiables debido a la escasez de la realización de pruebas diagnósticas.
7. Datos ofrecidos por el Ministerio de sanidad, consumo y bienestar social en su página web <https://sede.mschs.gob.es/>.

Las variables cuantificables analizadas como el número de seguidores, tuits originales, así como las relacionadas con la interacción del contenido (retuits y likes) demuestran que la prensa nativa digital conoce más y emplea mejor las herramientas de Twitter a diferencia de las cabeceras tradicionales, las cuales han sabido adaptarse de desigual manera atendiendo a los datos aportados. En este grupo han destacado notablemente *ABC* y *El Mundo* en tanto que han mostrado durante este periodo una comunicación más efectiva.

Asimismo, si nos detenemos sobre los temas elegidos para la composición de los mensajes se ha observado el empleo de términos relacionados con la Covid-19 y los datos sanitarios derivados de su evolución en este periodo. Sirva como ejemplo, el uso de términos como “confinamiento” o “alarma”, que han dejado paso a otros relacionados con la cura del virus. Una evolución que permite establecer un marco sociosanitario en el periodo temporal estudiado. Un aspecto que, de la misma forma, ha de ser entendido dentro de la excepcionalidad propia de la pandemia.

Las redes sociales han salido reforzadas de esta crisis como una vía de comunicación prioritaria por el ciudadano para informarse, pero todo indica que Twitter no es una red social efectiva para derivar un gran tráfico de clics sobre las ediciones digitales o los contenidos audiovisuales hospedados en otras redes y publicados en esta plataforma. De esta forma, los diarios analizados entienden esta red como un canal en el que hay que estar para generar fidelidad y vender la macar, pero no es un medio determinante para su futuro. Esencialmente esto se justifica mediante los datos económicos arrojados tras el análisis del valor atribuido a los tuis realizados. Así pues, no se puede establecer ningún cambio significativo para emprender acciones empresariales prometedoras. De esta manera, se entiende que los diarios no profundicen más en el dominio de esta red social.

Y, por último, se insta a futuras investigaciones a analizar las publicaciones creadas por la prensa de manera especializada para Instagram, porque su presencia está siendo cada vez mayor y desconocemos el grado de especialización de los diarios en esta red social al igual que la fidelidad que genera en la población que consume esta plataforma. Asimismo, el periodo estudiado en este trabajo brinda a su vez la oportunidad de indagar de forma más exhaustiva, –empleando la técnica de minería de textos– sobre la presencia de tópicos en los contenidos que faciliten una lectura del sentir social de un momento determinado. Este tipo de análisis de contenido puede ayudar a esclarecer y revelar datos que pasan desapercibidos en los mensajes, como puede ser la mayor presencia en las informaciones del periodismo de datos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blasco, M. M., Castellá, C. O., & Raso, M. L. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 78, 155-167. <https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.2.09>.
- Cabralles, R. (2017). Twitter como fuente periodística. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, Vol. 34, 92-101.
- Casero-Ripollés, A. (2020a). “Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak”.

- El profesional de la información, v. 29, n. 2, e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.
- (2020b). Influence of media on the political conversation on Twitter: Activity, popularity, and authority in the digital debate in Spain. *Icono14*, 18(1), 33-57.
- (2020) Influencia de los medios en la conversación política en Twitter: actividad, popularidad y autoridad en el debate digital en España (1 de enero de 2020). *ICONO 14* disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3516338>.
- Cifuentes-Faura, J. (2020). Docencia online y Covid-19: La necesidad de reinventarse. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, Vol.13(Especial), 115-127.
- Cleries, G. L. (2019). El medio como dispositivo afectivo en la cultura mainstream. El Hashtag Feminism y sus contradicciones. *SOBRE: Prácticas artísticas y políticas de la edición*, Vol.5, 53-60.
- García, D., & Sánchez-Bayón, A. (2021). Consumo cultural y entretenimiento en la cuarentena de Covid19 en España: ¿Crisis o revisión de la economía naranja? *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, Vol.8(2), 131-149.
- García-Planas, M. I., & Torres, J. T. (2021). Transición de la docencia presencial a la no presencial en la UPC durante la pandemia del COVID-19. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, Vol15, 177-187.
- Herencia, C. A. B. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista española de comunicación en salud*, 171-185.
- Izquierdo, J. G. E., Peña, F. L. M., & Romero, J. F. G. (2021). El Síndrome Burnout y su efecto en el desempeño docente en tiempo de pandemia. *Polo del Conocimiento: Revista científico – profesional*, 6(3), 670-679.
- Laudano, C. N. (s. f.). Aborto y redes: El debate por AbortoLegal. 7.
- Lázaro-Rodríguez, P. (2020). Covid-19, medios digitales y Facebook: Interacciones, tratamiento y análisis de contenido basado en palabras clave de noticias de okdiario.com y eldiario.es. *El profesional de la información*, e290409. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.09>.
- Lázaro-Rodríguez, P., & Herrera-Viedma, E. (2020). Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: El papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.02>.
- Llorente Heras, R. (2020). Impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo: Un análisis de los colectivos vulnerables.
- Navarrete, J. M. (2003). Técnicas cualitativas de investigación en las ciencias sociales. *Investigaciones sociales*, Vol.3(3), 223-256.
- Orduña-Malea, E., Font-Julián, C. I., & Ontalba-Ruipérez, J.-A. (2020). Covid-19: Análisis métrico de vídeos y canales de comunicación en YouTube. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3).

- Holcomb, Jesse; Gross, Kim; Mitchell, Amy (2011). "How Mainstream Media Outlets Use Twitter". Pew Research Center: Journalism & Media Staff, Nov. 14th. <https://www.journalism.org/2011/11/14/how-mainstream-media-outlets-use-Twitter/>.
- Rodríguez, S. E. (2019). Política en las redes, redes en la política: Estudios de caso de la campaña #VivirSinMiedo. Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales, Vol.16(1), 55-74. <https://doi.org/10.5209/TEKN.63104>.
- Rubio, L. M. C. (2018). Twitter como segunda pantalla en los debates políticos en televisión. Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, Vol. 16(1), 160-184. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1138>.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2008). La entrevista en profundidad. Métodos cuantitativos aplicados, 2, 194-216.
- Valero-Cedeño, N. J., Castillo-Matute, A. L., Rodríguez-Pincay, R., Padilla-Hidalgo, M., & Cabrera-Hernández, M. (2020). Retos de la educación virtual en el proceso enseñanza aprendizaje durante la pandemia de Covid-19. Dominio de las Ciencias, Vol.6(4), 1201-1220.



# El uso de la emoción durante la pandemia del Covid-19: el caso de ABC y El País

## The use of emotion during the Covid-19 pandemic: the case of ABC and El País

## L'utilisation de l'émotion pendant la pandémie de Covid-19: le cas d'ABC et d'El País

BEATRIZ MUÑOZ HIDALGO

*Universidad de Málaga, España  
beamh8@gmail.com*

### Resumen

La labor de los medios de comunicación ha experimentado una serie de cambios durante la pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2 con la finalidad de adaptarse a la nueva realidad sanitaria, social y económica, así como de frenar la sobreabundancia de noticias falsas o engañosas que ha provocado su expansión a nivel mundial (OMS, 2020). Los periodistas se han visto obligados a modificar sus rutinas laborales, su agenda mediática e incluso sus procedimientos de trabajo. La presente investigación pretende exponer si existe o no el uso de la emoción como elemento de la nueva narrativa periodística en las piezas informativas relativas al coronavirus publicadas durante la pandemia por parte de los medios de comunicación.

En cuanto a los resultados, se identifican diferentes códigos comunicativos empleados por los profesionales de manera frecuente para generar un mayor interés en la audiencia. También se identifican ejemplos de sensacionalismo en el tratamiento informativo de las noticias. Por tanto, el estudio planteado puede utilizarse como punto de partida para otras investigaciones donde también se lleve a cabo un análisis de contenido acerca de las informaciones publicadas durante la crisis sanitaria, tanto para la investigación en profundidad de un medio como su comparación con otros.

**Palabras clave:** COVID-19, coronavirus, pandemia, medios de comunicación, noticias.

## MARCO TEÓRICO

El desarrollo y la expansión del coronavirus a nivel mundial ha ocasionado, de manera paralela, el crecimiento exponencial de informaciones relacionadas con la enfermedad, que no solo han circulado en los medios de comunicación, sino también en las redes sociales (Aleixandre-Benavent, Castelló-Cogollos y Valderrama-Zurián, 2020). Esta sobreabundancia de información ha sido definida por la Organización Mundial de la Salud (2020) como “infodemia”, término usado para hacer referencia a la epidemia informativa ocasionada por el SARS-CoV-2.

Este exceso de noticias falsas o engañosas consiguen alcanzar la viralidad en redes sociales y llegar de manera masiva a la población, lo que puede plantear un problema respecto a la salud pública (Zarocostas, 2020). El grado de desinformación se ha ido incrementando al mismo tiempo que lo hacía el coronavirus a nivel mundial. Dada la importancia que ha adquirido la infodemia, numerosos son los organismos que han creado plataformas para hacer frente a las informaciones falsas que constantemente se han difundido y se difunden, a día de hoy, acerca del COVID-19. Este es el caso de la OMS (2020), que impulsó *WHO Information Network for Epidemics (EPI-WIN)*, o la ONU (2020), fundadora de *Verified*, ambas plataformas creadas para frenar la desinformación e incentivar la difusión de informaciones científicas y de calidad.

La gestión informativa del COVID-19 ha supuesto un reto para los medios de comunicación, situados en un contexto dominado por la propagación de información falsa y por la desconfianza de la audiencia hacia ellos (Casero Ripollés, 2020). Por lo tanto, es preciso utilizar la comunicación científica y la transparencia como recursos clave para combatir la desinformación y limitar la publicación de rumores, así como noticias engañosas que pueden generar confusión (Simon, 2020).

Para autores como Fernández-Luque y Bau (2015), Westlund y Ghersetti (2015) o Hall y Wolf (2019), es necesario tener en cuenta que, durante la crisis de salud pública, la comunicación desempeña un papel imprescindible y fundamental –aun más si cabe–, aunque eso signifique también luchar contra la desconfianza y el miedo que experimenta la población ante la falta de información veraz o la existencia de un tratamiento sensacionalista (Santos, 2020; Ahmed et al., 2020).

Así, la pandemia sanitaria ha provocado cambios en la agenda mediática, en las rutinas de los profesionales de la información e incluso en su relación con la audiencia (Román-San-Miguel., Sánchez-Gey-Valenzuela y Elías Zambrano, 2020). Se confirma también, gracias a la investigación llevada a cabo por Lázaro Rodríguez y Herrera-Viedma (2020), que los medios de comunicación digitales son los que más han publicado acerca del coronavirus, presentando un especial crecimiento desde el decreto del estado de alarma.

Por su parte, el estudio de Masip et al. (2020), afirma que el consumo informativo por parte de la audiencia aumentó considerablemente durante el periodo de confinamiento, llegando a un 78%, y la mayoría de los encuestados considera que los medios de comunicación informan condicionados por su ideología y mediante un tratamiento sensacionalista, generando alarma social en la población. Autores como Ihekweazu (2017) ya alertaban del uso del sensacionalismo y el alarmismo como herramienta para la generación de interés en el público.

El lector tiene una necesidad innata de “mantenerse muy informado de todo lo que está ocurriendo”, aunque para algunas personas esta estrategia no funciona, ya que aumenta su sentimiento de miedo, y, por tanto, optan por evitar las informaciones negativas con la finalidad de mantenerse protegidos (Aleixandre-Benavent, Castelló-Cogollos y Valderrama-Zurián, 2020).

Para Tandoc (2020), el papel de los periodistas es imprescindible en el entorno comunicativo para paliar y frenar la propagación continuada de la desinformación. Algunos estudios realizados confirman que la presencia de informaciones procedentes de organismos oficiales del sector de la salud pública es escasa en los medios y plataformas digitales, suponiendo tan solo un 34% (Hernández-García, Giménez-Júlvez, 2020).

El tratamiento de las noticias relativas al coronavirus por parte de los medios de comunicación es fundamental para mantener a la población alejada de la desinformación y fomentar la difusión de una información veraz y de calidad, que no suele corresponderse con la que circula en redes sociales o Internet, en general. La información proporciona poder, empoderamiento, ayuda a que la audiencia sea más racional y menos emocional ante la realidad e, incluso, incrementa la resistencia ante las condiciones adversas (Wu; Connors; Everly, 2020).

Los profesionales de la información deben contribuir a frenar la desinformación, desmentir los rumores o las noticias falsas o engañosas y favorecer la alfabetización mediática de la población, para que aprenda a distinguir información creíble de la no creíble (Ali; Gatiti, 2020; Ashrafi-Rizi; Kazempour, 2020). Las lecciones aprendidas de la gestión de la información acerca del coronavirus destacan la necesidad de una comunicación más efectiva con la finalidad de que la población pueda prepararse frente a futuras pandemias (Zhang; Li; Chen, 2020).

El objetivo principal de esta investigación es determinar si existe o no la utilización de la emoción como elemento comunicativo por parte de los periodistas en informaciones relacionadas con la pandemia ocasionada por el COVID-19. Teniendo en cuenta el objetivo principal, se han podido establecer los siguientes objetivos específicos:

- Determinar el número de noticias sin apelación a la emoción y con apelación a la emoción en los periódicos *ABC* y *El País* durante el periodo estudiado.
- Analizar el empleo de recursos comunicativos y expresiones del lenguaje que apelen a la emoción en diferentes noticias, editoriales y artículos de opinión relacionados con el COVID-19 y publicados en España desde el 1 de abril de 2021 hasta el 1 de julio de 2021 –etapa donde el índice de vacunación comenzó a crecer y en la cual aumentaron todo tipo de informaciones relacionadas con la evolución de la vacunación y el desarrollo de la pandemia sanitaria por parte de los periódicos *ABC* y *El País*.
- Comprobar si el uso de la emoción como elemento comunicativo es más predominante en el artículo de opinión y editorial que en la noticia, debido a los rasgos periodísticos de esta pieza informativa.



## METODOLOGÍA Y ESTUDIO

Con el fin de lograr los objetivos anteriormente expuestos, es decir, con el propósito de demostrar si existe o no el uso de elementos comunicativos utilizados con la finalidad de apelar a la emoción en las informaciones publicadas durante el periodo de estudio, se ha realizado un análisis de contenido de carácter mixto, en el que se combinan tanto técnicas cuantitativas como cualitativas, para recabar la mayor cantidad de datos posibles en las piezas periodísticas que conforman la muestra y poder, así, obtener unos resultados representativos a través de los cuales establecer diferentes conclusiones.

Por su parte, el análisis cuantitativo es la herramienta más adecuada para el estudio de un gran volumen de piezas informativas (Krippendorff, 1997), ya que desarrolla una metodología muy sistemática que responde a unos criterios de análisis perfectamente marcados y precisos a través de los cuales “utiliza diferentes procedimientos, variables y categorías” (Bernete, 2015). En este sentido, se destaca la necesidad de cuantificar el número de noticias con apelación a la emoción y conocer su distribución y emplazamiento en el periódico, así como la fecha de publicación y firma.

En cuanto a la segunda de las metodologías utilizadas en el análisis de contenido mixto, se ha recurrido a herramientas cualitativas, ya que existe la necesidad de conocer mediante qué elementos y códigos comunicativos se realiza esa apelación a la emoción, y este tipo de metodología, llevada a cabo a través del análisis semántico, permite realizar la búsqueda del sentido de las palabras y el análisis de las categorías propuestas (Amezcuza y Gálvez, 2002).

El estudio realizado se considera de carácter exploratorio y descriptivo teniendo en cuenta el alcance de la investigación, ya que no solamente se realiza una identificación de variables, sino que también se estudia el desarrollo o evolución que ha experimentado la comunicación sobre la pandemia sanitaria a lo largo del periodo de tiempo analizado (Díaz Narváez y Calzadilla-Núñez, 2016).

Debido al gran volumen de piezas publicadas desde el 1 de abril de 2021 al 1 de julio de 2021 acerca del coronavirus en los periódicos analizados –*ABC* y *El País*, en su versión digital–, se han seleccionado, a través de un muestreo aleatorio simple, 20 noticias publicadas sobre la actualidad referente al SARS-CoV-2, 5 editoriales y 5 artículos de opinión, ya que estos últimos suelen difundirse con menos asiduidad que las noticias. Así, se realiza hincapié en la narrativa periodística de las piezas y, en especial, se presta atención a los elementos y códigos comunicativos presentes en los mensajes con la finalidad de apelar a las emociones del lector.

Se ha utilizado una ficha de análisis como plantilla para llevar a cabo el estudio. Esta se encuentra dividida en cuatro dimensiones diferentes, cada una de ellas con distintas variables, que se han creado tomando como base otros estudios previos de investigación periodística (López-Martín, 2020; Noain-Sánchez, 2021) y mediante contribuciones propias de la autora. En base a lo expuesto, la plantilla queda distribuida de la siguiente manera:

1. Información de registro y emplazamiento de las noticias. Distintas categorías para la identificación de las piezas: fecha, medio de comunicación, sección y firma.

2. Tipología. Categorización de la pieza: noticia, editorial o artículo de opinión.
3. Contenido. Titular y subtítulo de la noticia, recursos comunicativos y expresiones del lenguaje utilizadas para la apelación a la emoción. También se consideran aquí el uso de la humanización de historias individuales y casos concretos o reflexiones que apelen a la conciencia y los sentimientos.
4. Recursos gráficos. Utilización de imágenes o vídeos de apoyo para la apelación a la emoción.

## TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

El trabajo de campo se ha realizado durante los meses de agosto y septiembre de 2021, utilizándose el primer mes para la recolección de las noticias y artículos de opinión publicados por las cabeceras objeto de estudio –*ABC* y *El País*–. Por su parte, durante el segundo mes se procedió a realizar el análisis de contenido de cada una de las piezas de la muestra identificando todas las variables recogidas en las diferentes dimensiones de la ficha de análisis. En este sentido, se ha realizado un estudio muy minucioso en cada una de las piezas para poder establecer así el uso o no de elementos comunicativos con la finalidad de apelar a las emociones del lector. El análisis de contenido de carácter mixto no ha permitido solamente identificar el número y emplazamiento de las informaciones, sino también determinar la existencia o no de patrones comunes o similares en la elaboración de estas.

## RESULTADOS

### SECCIÓN

En el caso del periódico *El País*, las piezas informativas analizadas se encuentran, en su mayoría, ubicadas en la sección Sociedad, representando un 40% del total de la muestra, mientras que en *ABC* predomina la sección España (40%) y, dentro de esta, las subsecciones relativas a Comunidad Valenciana, Galicia y Castilla-La Mancha. En este sentido, es preciso destacar que, en el caso de *El País*, la mayor parte de las noticias situadas en las secciones Ciencia y Sociedad, se encuentran a su vez categorizadas en el apartado Crisis del coronavirus, emplazamiento que este medio creó debido a la relevancia informativa que ha adquirido el SARS-CoV-2 desde su aparición.

Tabla 1. Emplazamiento de las piezas analizadas.

	<i>ABC</i>	<i>El País</i>
<i>Ciencia</i>	0	2
<i>Economía</i>	0	1
<i>El Recreo</i>	1	0
<i>España</i>	12	7
<i>Internacional</i>	0	2
<i>Mamás y papás</i>	0	2
<i>Opinión</i>	10	4

	<i>ABC</i>	<i>El País</i>
<i>Salud</i>	1	0
<i>Sociedad</i>	6	12
<i>TOTAL</i>	30 (100%)	30 (100%)

Fuente: elaboración propia.

El periódico *ABC* opta por la distribución de las noticias acerca del coronavirus en las diferentes secciones referentes a las comunidades autónomas. *El País*, por su parte, las distribuye de una manera más variada en las secciones tituladas Cataluña, Ciencia, Internacional, Economía y España. El total de los editoriales y artículos de opinión de la muestra (n=20) se encuentran distribuidos en su totalidad en la sección Opinión de *ABC*, mientras que en *El País* algunos aparecen, además, en las secciones España o Internacional.

## AUTORÍA

En cuanto a la autoría de las piezas, se hace relevante indicar que la mayor parte de las informaciones pertenecientes o relativas a la pandemia sanitaria han sido elaboradas por periodistas de los medios, siendo prácticamente inexistentes las informaciones procedentes de agencias –representan un 1,67% de la muestra y solamente aparece en una noticia del periódico *ABC*–.

Asimismo, destaca en mayor medida la actuación de periodistas especializados en información sanitaria, como es el caso de Bernat Coll o Jessica Mouzo en *El País*, entre otros.

Tabla 2. Autoría de las unidades de análisis.

	<i>El País</i>	<i>ABC</i>
<i>Agencia</i>	0	1
<i>Iniciales</i>	0	6
<i>Hombre</i>	11	9
<i>Mujer</i>	9	5
<i>Coautoría</i>	2	0
<i>Redacción</i>	8	8
<i>Sin firma</i>	0	1
<i>TOTAL</i>	30 (100%)	30 (100%)

Fuente: elaboración propia.

En ambos medios de comunicación destacan las noticias firmadas por hombres, seguidas de mujeres y de la propia redacción del medio de comunicación. La coautoría solamente se produce en dos ocasiones, ambas en el periódico *El País*. En el caso de *ABC*, existen informaciones que aparecen firmadas bajo iniciales, aspecto que no ocurre en la otra cabecera analizada, y también se detecta una noticia procedente de Reuters y una sin autoría.

## TEMÁTICA

Las cabeceras analizadas presentan similitudes evidentes en torno a la agenda mediática y al tratamiento de las informaciones relativas a los mismos temas relacionados con el coronavirus. Tanto *ABC* como *El País*, al tratarse de medios generalistas de ámbito nacional, abordan la evolución de la pandemia a nivel estatal, al mismo tiempo que hacen hincapié en el progreso de la vacunación y el número de contagios, ingresados y fallecidos durante la crisis sanitaria.

Tabla 3. Temática de las publicaciones.

	<i>El País</i>	<i>ABC</i>
<i>Vacunación</i>	11	8
<i>Crisis sanitaria</i>	15	17
<i>Contagios</i>	1	3
<i>Economía</i>	4	2
<i>TOTAL</i>	30 (100%)	30 (100%)

Fuente: elaboración propia.

Las piezas periodísticas se articulan principalmente en torno a dos temas: desarrollo de la crisis sanitaria y de la vacunación en el territorio español. Seguidamente, destacan las informaciones pertenecientes a los contagios y la reactivación de la economía.

Por su parte, la crisis sanitaria se convierte en la temática con más presencia en ambos medios, representando un 53,3% del total de la muestra –*ABC*, 56.7%; *El País*, 50%–. Se hace relevante destacar que el periódico *El País* concede una mayor atención a la vacunación, suponiendo un 33,3% de sus publicaciones frente al 26,7% de *ABC*. De igual forma, se han detectado más noticias referentes a número de contagios en el caso de *ABC* (10%), mientras que en *El País* este tipo de informaciones solamente representan un 3,33%.

## TITULAR

En el caso de los titulares y subtítulos de las piezas analizadas, cabe decir que tanto en *El País* como *ABC* destacan informaciones referentes a la evolución de la pandemia sanitaria y la vacunación en España, además de noticias relativas al número de contagios y la reactivación económica. Algunos ejemplos:

“Así avanza la vacunación más ambiciosa de la historia: casi 600 millones de dosis en tres meses” (*El País*, 02-04)

“El efecto fronterero y el turismo castigan a Euskadi en la lucha contra el avance de la pandemia” (*El País*, 03-05)

“La entrega de vacunas de Janssen destinadas a la Unión Europea se reduce a la mitad esta semana” (*ABC*, 18-05)

“El brote de Baleares sigue sumando casos con 70 contagiados de coronavirus en Galicia” (*ABC*. 26-06)

En el caso de los artículos de opinión, los temas que cobran especial protagonismo son aquellos relacionados con la gestión de la pandemia sanitaria, su evolución y el turismo. Como ejemplos:

*“Transformaciones del paisaje” (El País, 26-06)*

*“Urge recuperar el turismo” (ABC, 03-04)*

En este sentido, se hace necesario exponer que del total de las piezas de opinión analizadas –10 editoriales y 10 artículos de opinión–, se identifica fácilmente la tendencia ideológica de cada una de las cabeceras en el tratamiento de las informaciones. Así, *El País* opta en sus editoriales y artículos de opinión por titulares más amigables no centrados siempre en la gestión nacional de la pandemia:

*“Biden y las vacunas: un gran paso” (El País, editorial, 08-04) “Recuperación” (El País, editorial, 28-04)*

*“Balance provisional” (El País, artículo de opinión, 09-04) “Transformaciones del paisaje” (El País, artículo de opinión, 26-06)*

Por su parte, ABC muestra un enfoque más crítico respecto a la gestión de la pandemia sanitaria, haciendo hincapié especialmente en el uso de titulares más llamativos:

*“Acuerdos que no bastan” (ABC, editorial, 27-05)*

*“La vacunación de la Selección, otra chapuza más” (ABC, editorial, 09-06)*

*“Sánchez miente como un bellaco” (ABC, artículo de opinión, 13-04)*

*“España, ni arre ni so” (ABC, artículo de opinión, 07-06)*

Tabla 4. Tipología del titular.

	<i>El País</i>	<i>ABC</i>
<i>De cita</i>	2	1
<i>Con referencia</i>	26	26
<i>Sin referencia</i>	2	3
<i>TOTAL</i>	30 (100%)	30 (100%)

Fuente: elaboración propia.

Las citas en los titulares referentes a las informaciones relacionadas con el coronavirus no son relevantes y ocupan un mínimo espacio en las piezas analizadas, apareciendo solamente en tres unidades de análisis y haciendo referencia a declaraciones acerca de la disminución de trasplantes, la situación crítica vivida en la India y la “nueva normalidad”. Sí que destacan aquellos titulares con referencias a la vacunación, gestión y evolución de la pandemia sanitaria, ocupando el 91,7% de las publicaciones en ambos medios de comunicación.

## APELACIÓN A LA EMOCIÓN

Respecto a la apelación de la emoción en las piezas informativas, se hace relevante indicar que, en el caso de los editoriales y artículos de opinión, destaca

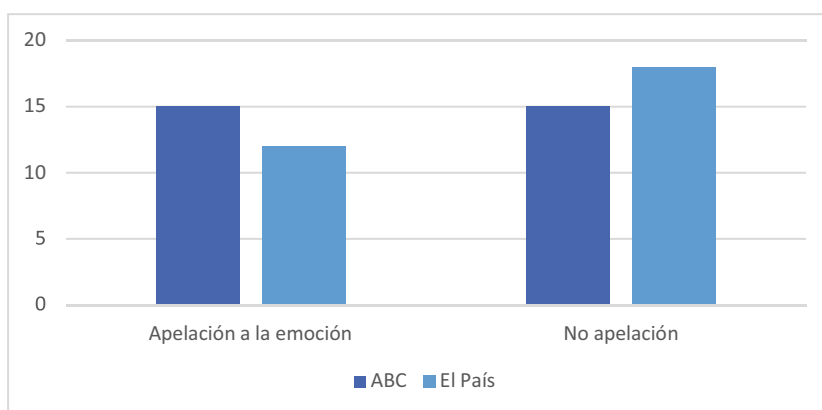
especialmente el uso de elementos comunicativos y expresiones del lenguaje con la finalidad de generar algún tipo de emoción o sentimiento en el lector, ya sea esta tristeza, pena, alegría, miedo e incluso enfado o frustración.

En el caso de las noticias, se pone de manifiesto la presencia del uso de historias individuales que apelan a la conciencia –10% del total de la muestra–. Así, se rescatan declaraciones impactantes pertenecientes a casos concretos como “me toca elegir si comprar comida o pagar el alquiler” (*El País*, 10-04).

A veces, se recogen declaraciones de vivencias específicas (“Es como si fuese una nueva pandemia. Ahora se está muriendo gente joven, con treinta y pocos años y no hay camas, ni oxígeno, ni pruebas PCR”, *El País*, 27-04), aunque también hay presencia de informaciones con connotaciones positivas acerca de las vacunas (“es una de las grandes esperanzas de Europa en su lucha contra el SARS-CoV-2”, *ABC*, 12-05) generando un sentimiento de esperanza.

Los propios medios de comunicación en sus editoriales o artículos de opinión conducen, a través de las expresiones utilizadas, a la generación de alguna emoción: “Nadie estará realmente a salvo hasta que todo el mundo esté vacunado” (*El País*, 08-04).

Gráfico 1. Apelación a la emoción en las piezas analizadas.



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de *ABC*, se ha encontrado la misma cantidad de informaciones con apelación a la emoción y sin apelación a la emoción, destacando especialmente el uso de este tipo de elementos comunicativos en los editoriales y artículos de opinión del periódico. Por su parte, el diario *El País* cuenta con una mayor cantidad de noticias sin apelación a la emoción que con apelación a la emoción –60% frente a 40%–.

## RECURSOS GRÁFICOS

En líneas generales, se encuentran muy pocos casos en los que en la misma noticia no exista texto con recursos que apelen a la emoción, pero sí vaya acompañado de una imagen impactante con la finalidad de provocar un sentimiento –3,33%, *ABC*;

3,33%, *El País*-. Sin embargo, sí que aparecen más informaciones en las que los recursos gráficos no buscan provocar una sensación en el lector, pero sí van acompañando a un texto con expresiones que apelan a la emoción –20%, *El País*; 13,3%, *ABC*–.

En este sentido, aquellas informaciones en las que tanto el texto como la imagen buscan ocasionar una emoción en el espectador son escasas, suponiendo un 13,3% de las noticias en el caso de *El País* y 3,33% en el caso de *ABC*.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En la presente investigación se demuestra que la información perteneciente al coronavirus ha modificado la agenda en torno a la que se articulan los medios de comunicación y, en este sentido, las noticias sobre las que más ponen foco son aquellas relacionadas con la epidemiología y salud pública, así como características clínicas y de diagnóstico de la enfermedad, entre otras (Aleixandre-Benavent, Castelló-Cogollos y Valderrama-Zurián, 2020). Así, el estudio realizado concluye que las temáticas más relevantes en el caso de las cabeceras analizadas, *ABC* y *El País*, son aquellas relativas al desarrollo de la pandemia sanitaria, evolución de la vacunación, progreso del número de contagiados, así como cuestiones relativas a la reactivación económica y la importancia del turismo.

Teniendo en cuenta el primer objetivo de la investigación (O1), se puede concluir que el análisis de contenido demuestra una importante presencia de elementos comunicativos del mensaje y expresiones del lenguaje utilizadas con la finalidad de generar emoción en el espectador en las cabeceras *ABC* y *El País* –50% y 40%, respectivamente– durante el periodo de tiempo estudiado.

Respecto al segundo de los objetivos establecidos (O2), tras analizar en profundidad el cuerpo de las noticias que conforman el total de la muestra (n=60), es necesario indicar la existencia de fórmulas, así como recursos comunicativos y expresiones utilizadas frecuentemente con la finalidad de impactar en el lector y generar una emoción. En este sentido, se detecta la humanización de informaciones a través historias individuales, en las que se describen casos concretos y se recogen aquellas declaraciones más impactantes o llamativas relacionadas con la noticia.

También se recurre, en ocasiones, a las reflexiones que apelan a la conciencia, especialmente en los artículos de opinión y editoriales. No solamente se utiliza el texto o cuerpo de la noticia como elemento emocional, sino que, en algunos casos, se identifica la presencia de imágenes como recurso gráfico de apelación a la emoción. Así, es preciso recordar que, tal y como afirmaba Ihekweazu (2017), a veces se recurre al sensacionalismo y al alarmismo como herramienta para generar un mayor interés en la audiencia.

Finalmente, y en relación con el último de los objetivos de la investigación (O3), es preciso señalar el uso de la emoción como elemento predominante en el caso de los editoriales y artículos de opinión, ya que supone un 90% en el caso de *ABC* y un 50% en el caso de *El País*.

Tras esta investigación, se puede concluir que existe una predominancia de elementos comunicativos utilizados para generar emoción en los editoriales y artículos de opinión debido, en mayor parte, a las características de estas piezas informativas,

donde el periodista aporta su visión o interpretación de una realidad de manera individual, en el caso del artículo de opinión, o en representación del propio medio, en el caso del editorial.

Se trata de un estudio de carácter exploratorio, ya que no existe una gran variedad de investigaciones acerca de los recursos con apelación a la emoción en las informaciones publicadas acerca del coronavirus y la crisis sanitaria que ha ocasionado. Así, esta investigación contribuye a paliar la escasez de literatura científica en torno a este tema en particular. De hecho, podría ser de relevancia para futuros trabajos que busquen ampliar el estudio realizado respecto a esta temática e incrementar el conocimiento acerca del tratamiento de las informaciones dependiendo del medio y de la tipología de las noticias, así como de las rutinas laborales de los propios periodistas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ali, M.F. & Gatiti, P. (2020). "The Covid-19 (coronavirus) pandemic: Reflections on the roles of librarians and information professionals". *Health information & libraries journal*, 37(2), pp. 158-162. doi: <https://doi.org/10.1111/hir.12307>.
- Ahmed, W.; Vidal-Alaball, J.; Downing, J. & López-Seguí, F. (2020). "Covid 19 and the 5G conspiracy theory: social network analysis of Twitter data". *Journal of medical internet research*, 22(5), e19458. doi: <https://www.jmir.org/2020/5/e19458/>.
- Alexandre-Benavent, R., Castelló-Cogollos, L. y Valderrama-Zurián, J.C. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid 19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *Profesional de la información*, 29(4), 1-17. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>.
- Amezcu, M. & Gálvez-Toro, A. (2002). Los modos de análisis en investigación cualitativa en salud: perspectiva crítica y reflexiones en voz alta. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 423-436. <http://hdl.handle.net/10481/50731>.
- Ashrafi-Rizi, H. & Kazempour, Z. (2020). "Information diet in Covid-19 crisis; a commentary". *Archives of Academy Emergency Medicine*, 8(1), e30. <http://journals.sbmu.ac.ir/aaem/index.php/AAEM/article/view/605/745>.
- Bernete, F. (2015). Análisis de contenido (cualitativo y cuantitativo) en A. Lucas-Martín y A. Noboa (Coords.), *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos* (pp. 245-282). Fundación de Cultura Universitaria.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences on news consumption during the outbreak, *El Profesional de la Información*, 29(2), e290223. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.
- Díaz-Narváez, V.P. & Calzadilla-Núñez, A. (2016) Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las ciencias de la salud. *Revista Ciencias de la Salud*, 14(1): 115-121. doi: <https://doi.org/10.12804/revsalud14.01.2016.10>.
- Fernández-Luque, L. & Bau, T. (2015). "Health and social media: Perfect storm of information". *Healthcare informatics research*, 21(2), pp. 67-73. doi: <https://doi.org/10.4258/hir.2015.21.2.67>.



- Hall, K. & Wolf, M. (2019). Whose crisis? Pandemic flu, 'communication disasters and the struggle for hegemony. *Health*, 25(3), pp. 322-338. doi: <https://doi.org/10.1177/1363459319886112>.
- Hernández-García, I. & Giménez-Júlvez, T. (2020). "Assessment of health information about Covid-19 prevention on the internet: Infodemiological study". *JMIR public health and surveillance*, 6(2), e18717. doi: <https://doi.org/10.2196/18717>.
- Ihekweazu, C. (2017). Ebola in prime time: A content analysis of sensationalism and efficacy information in U.S. nightly news coverage of the ebola outbreaks. *Health communication*, 32(6), pp. 741-748. doi: <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1172287>.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. *Piados Comunicación*.
- Lázaro-Rodríguez, P. & Herrera-Viedma, E. (2020). Noticias sobre Covid 19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. *El Profesional de la Información*, 29(3), e290302. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.02>.
- López-Martín, Á. (2020). Cobertura informativa en Twitter de los diarios españoles de referencia sobre la campaña electoral del 10N. *El Profesional de la Información*, 29(5), e290510. doi: [10.3145/epi.2020.sep.10](https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.10).
- Masip, P.; Aran-Ramspott, S.; Ruiz-Caballero, C.; Suau, J.; Almenar, E. & Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El Profesional de la Información*, 29(3), e290312. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>.
- Noain-Sánchez, A. (2021). Desinformación y Covid-19: Análisis cuantitativo a través de los bulos desmentidos en Latinoamérica y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), pp. 879-892. doi: <https://doi.org/10.5209/esmp.72874>.
- OMS (2 de febrero de 2020). Rolling updates on coronavirus disease (Covid-19). Página Web Organización Mundial de la Salud <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situationreports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>.
- OMS (23 de septiembre de 2020). Gestión de la infodemia sobre la COVID 19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa. Página Web Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>.
- OMS (11 de marzo de 2020). Discurso de apertura del Director General de la OMS en la rueda de prensa sobre COVID-19. Página Web Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>.
- ONU (21 de mayo de 2020). La ONU lanza una iniciativa mundial contra la desinformación relacionada con el coronavirus. Página Web Organización de las Naciones Unidas. <https://news.un.org/es/story/2020/05/1474802>.

- Román-San-Miguel, A., Sánchez-Gey Valenzuela, N. & Elías-Zambrano, R. (2020). Las fake news durante el Estado de Alarma por COVID-19– Análisis desde el punto de vista político en la prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 359-391. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS2020-1481>.
- Santos, Cátia-Fernandes (2020). "Reflections about the impact of the SARS-COV-2/ Covid-19 pandemic on mental health". *Brazilian journal of psychiatry*, 42(3). doi: <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0981>.
- Simon, F. (2020). Ethical questions related to Covid-19 and ENT practice. *European Annals of Otorhinolaryngology, Head and Neck Diseases*, 137 (3), 155-156. doi: <https://doi.org/10.1016/j.anorl.2020.04.009>.
- Tandoc, Edson C. (4 de abril de 2020). "Commentary: how to stay sane in a time of Covid-19 information overload". *Channel new Asia*. <https://www.channelnewsasia.com/news/commentary/covid-19-coronavirus-information-overload-fake-news-hoaxes-12595334>.
- Westlund, Ó. & Ghersetti, M. (2015). Modelling news media use. Positing and applying the GC/MC model to the analysis of media use in everyday life and crisis situations. *Journalism studies*, 16(2), pp. 133-151. doi: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.868139>.
- Wu, A. W.; Connors, C.; Everly, G. S. (2020). "Covid-19: peer support and crisis communication strategies to promote institutional resilience". *Annals of internal medicine*, 172(12), pp. 822-823. doi: <https://doi.org/10.7326/M20-1236>.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. doi: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X).
- Zhang, Liwey; Li, Huijie; Chen, Kelin (2020). "Effective risk communication for public health emergency: reflection on the Covid-19 (2019-nCoV) outbreak in Wuhan, China". *Healthcare*, 88(1), e64. doi: <https://doi.org/10.3390/healthcare8010064>.



El “corto alcance” informativo: el viraje hacia el ámbito doméstico del periodismo gastronómico en España durante la pandemia de la COVID-19

The informative “short range”: the shift towards the domestic sphere of gastronomic journalism in Spain during the COVID-19 pandemic

La «courte portée» informative: le glissement vers la sphère domestique du journalisme gastronomique en Espagne pendant la pandémie de COVID-19

MARÍA YANET ACOSTA MENESES

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*myanet.acosta@urjc.es*

### **Resumen**

Entre el 15 de marzo y el 21 de junio de 2020, durante el confinamiento de la población española en sus casas como medida para frenar la pandemia de la COVID-19, solo la comida ofreció un espacio de cohesión para los y las ciudadanas. Comprar, cocinar e incluso repartir lo cocinado fue una prioridad para muchas personas que encontraron en ello un elemento de unión creada y reforzada a través de la comunicación digital tanto en los medios de comunicación on-line como en los perfiles de miles de personas en las redes sociales.

En este capítulo se aborda la manera en la que el periodismo gastronómico –entendido no solo como las noticias de secciones especializadas en comida de los medios de comunicación sino también las publicadas en otras secciones y la comunicación a través de redes sociales de profesionales de la divulgación gastronómica– enfocaron sus trabajos hacia un ámbito poco explorado hasta el momento como era el doméstico. Además, se explora cómo con sus iniciativas conjuntas o independientes

consiguieron crear un sentimiento de pertenencia a través de hashtags con los que se compartió cocina y comensalidad.

**Palabras clave:** COVID-19, confinamiento, periodismo gastronómico, alimentación, solidaridad.

Los 100 días del confinamiento domiciliario en España por la pandemia del COVID-19 fueron días de mucha atención ciudadana hacia el flujo informativo tanto de salud como de otra temática que resultó de gran importancia, la gastronomía.

Los medios de información general hablaron del gasto familiar, de los supermercados y algunos de sus lineales vacíos, de los y las trabajadoras de la distribución alimentaria y de la producción agrícola, del desperdicio alimentario, de la solidaridad de la población compartiendo comida o cocinando para los más desfavorecidos o de las vivencias de algunos de los ciudadanos que engrosaron las llamadas “colas del hambre”. También se habló de otros temas políticos como la denuncia de los platos de comida rápida que fueron distribuidos por la Comunidad de Madrid entre los niños de familias vulnerables o de las demandas de la hostelería o la situación laboral de los riders. Las formas de salvar la crisis para el sector hostelero con proyectos como los delivery fueron también noticia, pero, sobre todo, fue un tiempo de divulgación e intercambio de recetas de cocina, trucos y aprendizajes.

El confinamiento quedó en 2020 pero las cifras y las informaciones periodísticas y los trabajos científicos y académicos muestran algunas de las cuestiones que cuajaron al menos dos años después como la de una búsqueda de una alimentación más saludable, el conocimiento culinario y el interés por una mirada más amplia de la alimentación y la gastronomía y una ley que mejora la situación de las trabajadoras y trabajadores vinculados a los servicios de comida a domicilio, pero también la denominada “gran renuncia” de aquellos trabajadores de la restauración que claman por unos horarios y sueldos justos y un ambiente de trabajo sano y motivante.

## COCINAR O GUIJAR

La alimentación siempre ha sido un tema relevante para los medios de comunicación en España. Desde el siglo XVIII encontramos noticias sobre las temporadas de los alimentos y recetas para su mejor aprovechamiento, muchas de ellas explicaban la forma de convertirlos en conservas. Es el caso de las recetas que aparecen en el artículo del periodista Mariano Nipho en su Diario noticioso, curioso-erudito y comercial, público y económico, la primera publicación con periodicidad diaria y que se preocupaba por cómo los lectores podrías conseguir una mejor vida útil de nabos y achicorias. Con la publicación a finales del XVIII de El Semanario de Agricultura y Artes dirigido a los párrocos se mantuvo este tipo de información como servicio público a la que se sumaron el impulso de nuevos cultivos que evitaran hambrunas como el de la patata y, por supuesto, las maneras en las que el pueblo podría ingerirlas. Las harinas de papas para hacer pan y recetas como una primigenia tortilla de patata aparecen por primera vez en esta publicación.

En el siglo XIX la prensa en España experimentó un gran impulso y no era difícil encontrar secciones de recetas. Esta información, sin embargo, se encontraba separada de artículos intelectuales en los que se hablaba de la alimentación o de la

evolución de la gastronomía en España. Esta tendencia –salvo excepciones como las complejas elaboraciones venatorias en *El Campo* y las recetas literarias de Ángel Muro en *El Liberal* en el XIX o las de las novelas de Manuel Vázquez Montalbán a partir de la Transición– se mantuvo hasta finales del siglo XX en el que los periódicos contaban con secciones diferentes para ofrecer recetas destinadas a la mujer y críticas gastronómicas y de restaurantes con un público objetivo masculino.

Desde 2003, con la aparición de Ferran Adrià en la portada de *The New York Times Magazine* y el triunfo en todo el mundo de su movimiento culinario conocido como cocina de vanguardia, en España se produjo un impulso del periodismo gastronómico.

Estos comienzos han marcado la evolución de este tipo de periodismo especializado que ya tiene una larga y continuada trayectoria en países como Estados Unidos, Reino Unido y Francia.

En España la mirada periodística se centró en los primeros años del siglo XXI en los “genios” de la cocina o “chefs estrellados”, es decir, aquellos cocineros, en su inmensa mayoría hombres, que tenían restaurantes de un elevado ticket medio y que ofrecían una cocina inspirada en la vanguardia liderada por elBulli. Sus congresos, sus investigaciones, sus opiniones y sus nuevos negocios coparon en gran medida las páginas dedicadas a la gastronomía. Ahora las recetas de los diarios de información general destinadas a mujeres para el hogar empezaron a dirigirse a “cocinillas” hombres y mujeres y las instrucciones tenían las firmas más prestigiosas.

Los cocineros se incorporaron así a la actualidad aportando sus novedades creativas o sus opiniones y los diarios españoles los comenzaron a incluir como fuentes habituales de sus informaciones. De esta manera, muchos medios pasaron de contar únicamente con un crítico gastronómico, habitualmente free lance y, por ello, desvinculado de las plantillas de los periódicos, a tener periodistas que se especializaron en el tema gastronómico dentro de sus redacciones.

La información gastronómica fue protagonista en estas dos últimas décadas de muchas contraportadas de diarios de información general y económica y de portadas de suplementos dominicales y de ocio de la prensa diaria. Incluso el anuncio el 26 de enero de 2010 del cierre temporal de elBulli durante dos años fue portada de un diario internacional como el *Financial Times*.

Pese al cierre de elBulli en 2011 y la crisis económica en España entre 2009 y 2012 que forzó la transformación o cierre de algunos de estos restaurantes, la inercia de la temática informativa se ha sostenido en el tiempo centrándose en gran medida en estos chefs históricos del movimiento culinario de vanguardia y a los que se han incorporado algunos otros más jóvenes y muy mediáticos como el chef de DiverXo, Dabiz Muñoz.

Esta inercia se puede explicar en gran medida gracias al éxito de programas de televisión como *Top Chef*, *Pesadilla en la cocina*, *Ven a cenar conmigo*, *Bake Off*, *El sabor es ciego* o *Mi madre cocina mejor que la tuya* y, sobre todo, *Masterchef* y *Masterchef Celebrity*. Algunos de los conductores de estos programas son cocineros famosos con restaurantes como Pepe Rodríguez Rey, Jordi Cruz y Alberto Chicote

y con un tipo de cocina ligada a la vanguardia que impera en la creación o en los intentos culinarios de los concursantes. También se suceden en programas como Masterchef las visitas de otros cocineros del mismo estilo culinario y también con restaurantes de ticket medio alto.

Los llamados talent shows han desplazado a los clásicos programas de recetas televisadas que comenzaron en la televisión española mujeres como Maruja Callaved en 1967 que por presupuesto carecía de cocina<sup>1</sup> y Elena Santonja en 1984 con el programa “Con las manos en la masa” en el que se negó a publicitar productos. A estas dos mujeres gastronómicas y televisivas les sucedieron chefs vinculados a la restauración como Karlos Arguiñano (fue uno de los impulsores del movimiento de la Nueva Cocina Vasca en los años 70 y uno de los pioneros del emplazamiento publicitario en sus programas<sup>2</sup>), así como los hermanos Torres, Dani García y José Andrés, vinculados con la cocina de vanguardia y siempre relacionados con alguna marca comercial o patrocinio. No obstante, aunque haya cambiado de alguna manera la percepción de la cocina por parte de la sociedad, sus programas tienen como objetivo el público femenino y su contenido es esencialmente de recetas de cocina sencilla para elaborar en casa.

Sin embargo, hasta que no llegó el confinamiento poco o nada sabíamos ni de sus familias ni de sus casas ni de lo que realmente cocinaban (si es que lo hacían) cuando llegaban a su hogar.

Es paradigmático el caso del cocinero que más activo estuvo ofreciendo recetas desde casa, el madrileño Dabiz Muñoz de DiverXo, uno de los chefs *celebrity* más cotizados que admitió en diversas entrevistas y encuentros públicos que cocinar en casa para su mujer, Cristina, y él, le llevó a recordar “una forma de cocinar que había olvidado”<sup>3</sup>.

Solo esos 100 días de confinamiento domiciliario derribaron parcialmente la frontera invisible entre lo público y lo doméstico. No solo en el tema gastronómico, sino en muchos otros ámbitos de la información incluyendo temas y visiones que hasta el momento no eran tan habituales, como por ejemplo la de la salud mental. No obstante, en el ámbito del periodismo gastronómico, este nuevo enfoque centrado no ya en el largo alcance informativo de los chefs *celebrity*, sus restaurantes y creaciones, sino en el corto de sus casas, de sus problemas económicos, de sus familias y de sus acciones solidarias fue quizás fue el más significativo.

Este viraje se dio de una forma global a través de las redes sociales y los sitios en Internet gastronómicos, así como en los medios de comunicación en general.

1. Ver Hidalgo-Marí, T. y Segarra-Saavedra, J. (2014): “Televisión y gastronomía. Análisis histórico de la programación televisiva desde una perspectiva publicitaria”. Revista Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 7, Número 2, páginas 317-341.
2. Rodríguez-Monteaudo, E.; Hidalgo-Marí, T. y Segarra-Saavedra, J. (2014): La gastronomía como producto de entretenimiento. Análisis de restaurantes y programas culinarios de éxito en España desde una perspectiva creativa, en Revista PANGAEA, 5, páginas 145 a 157.
3. En Diálogos de Cocina, minuto 21.38 <https://www.youtube.com/watch?v=SNsjREvGcow> (web visitada el 3 de marzo de 2022).

## LA LLAMADA DE LOS HASHTAGS

El 15 de marzo de 2020 Carla Mourinho, junto a la periodista Sofía Soler –ambas CEO de Dinar Project–, tuvieron la iniciativa crear un perfil de Instagram y una etiqueta con el nombre: #YoMeQuedoEnCasaCocinando. A través del perfil se programaron sesiones de cocina doméstica de cocineros profesionales y aficionados que entraban en los directos de IG a través de sus propios perfiles. Los primeros que se sumaron a la iniciativa fueron Andoni Luis Adúriz, Paco Morales, Xanty Elías, Miguel Carretero, Dani Grau, María G. Aguado, Pepe Roch, Toni Carceller, Luis Miguel Menor, Micue, Mauel Romero y Richard Díaz. Cada uno cocinó mañana o tarde y en ocasiones se realizaban “pases especiales” de lo que denominaron “festival de cocina en streaming”. Esta cuenta ganó seguidores muy rápido hasta superar los 10.000. Con lemas como “¿Y si cocinar juntos fuera una manera de amenizar la cuarentena y, a la vez, apoyar a la hostelería?”

Este hashtag en Instagram fue acompañado por otros como #cocinemosjuntos lanzado en Twitter por la periodista gastronómica Ana Vega –@biscayenne– que proponía una receta sencilla para que sus seguidores guisaran conjuntamente en casa.

Esa etiqueta fue recogida por cocineros famosos o chefs de restaurantes de un ticket medio superior a los 100 euros como Francis Paniego (El Portal del Echaurren), Jesús Sánchez (Cenador de Amós), Nandu Jubany o César Martín (Lakasa, Madrid). También participaron en esta cocina común los expertos en helados Fernando Sáenz y Angelines González a través de videos.

Tantos unos como otros se centraron en recetas relativamente sencillas como las patatas a la riojana de Paniego y en platos para compartir con los niños tanto en su elaboración como degustación, como las propuestas por Andoni Luis Aduriz de Mugaritz o las de la pareja Sáenz y González. Algunos chefs como Fernando Canales ofrecieron sugerencias para aprovechar lo que había en casa y otros para refinar los platos de siempre, como Dabiz Muñoz con recetas como Patatas a la importancia guisadas con morcilla de Burgos, cerveza-jengibre-limón y espárragos trigueros o Gambitas fritas al revés, salsa Ponzu de trufa y mayonesa de aceite de sus cabezas. Las recetas de este cocinero en casa eran grabadas por su pareja Cristina Pedroche y subidas a su Instagram.

La estética casera y sus propuestas de platos creativos fueron objeto de noticias por parte de los medios de comunicación, más como una manera de sumarse así al efecto SEO de las búsquedas en Internet y desviando a su web alguna que otra visita destinada al perfil del cocinero<sup>4</sup>. También fue noticia la cocina doméstica durante el confinamiento de otro chef estrella como es Alberto Chicote quien en su perfil de Instagram ofrecía un vídeo cada día grabado por su pareja Inma explicando el plato que ya había elaborado<sup>5</sup>. Sus recetas, sin embargo, eran tradicionales y solo en

4. Entre los medios que publicaron noticias encontramos a Ok Diario, Directo al paladar o el periódico ABC. Ver la información de este último en [https://www.abc.es/summum/gastronomia-gourmet/abci-recetas-dabiz-munoz-para-darte-homenaje-casa-durante-cuarentena-202004141320\\_noticia.html](https://www.abc.es/summum/gastronomia-gourmet/abci-recetas-dabiz-munoz-para-darte-homenaje-casa-durante-cuarentena-202004141320_noticia.html) (visitada el 3 de marzo de 2022).

5. Ver su aparición hablando de sus recetas caseras en el programa El Hormiguero del 1 de mayo de 2020: <https://youtu.be/v5GwxS2JjhY> (visitado el 3 de marzo de 2022).



algunos casos con algún guiño a la cocina más sofisticada incluyendo ingredientes como el ajo negro. El cocinero publicaba el video por la mañana y la receta escrita por la tarde con el hashtag #cocinaderesistencia. Gran parte de estas recetas fueron publicada en un recetario en 2021 con ese mismo nombre y entre las más celebradas flanes, albóndigas, pizzas, torrijas o buñuelos de bacalao.

En otros casos las propuestas eran más complejas como las que hacía el reconocido chef Ferran Adrià a través de sus apariciones en vídeos en los que explicaba los menús de su recetario Cocina de familia, aunque sin cocinar. Sus vídeos fueron lanzados en Twitter con dos hashtags #cocinaralimentaelalma y #seguimosconectados (lema por otro lado de Telefónica, cuya Fundación financia parte de las actividades del chef). Esta propuesta fue noticia en diarios como 20minutos que publicaba el acontecimiento y el ofrecimiento gratuito de las recetas en pdf con el titular: “Cocina con Ferran Adrià: videorecetas todos los días en su Twitter”<sup>6</sup>.

Otro de los cocineros estrella, José Andrés, mostró con desenfado el interior de su cocina en casa y preparó platos en solitario o con sus hijas, siempre con una chispa de humor y alguna hortaliza. Sus vídeos fueron publicados en todas sus redes sociales con el hashtag #RecipesforthePeople y tuvieron un gran impacto no solo en los Estados Unidos sino en España, donde se sigue a este chef que siempre tiene un guiño con su país de origen. Los medios on-line se hicieron eco de su éxito con noticias como “El chef José Andrés comparte en Instagram su receta de lentejas” publicada en Telva el 2 de marzo de 2020<sup>7</sup>.

Los periódicos y revistas digitales se nutrieron de estas propuestas para publicar noticias y ofrecer las sesiones programadas en sus diarios del confinamiento. Una de estas noticias fue distribuida por la Agencia Efe con el titular: “Los grandes chefs, nuevos maestros de cocina casera para los confinados” y publicada, entre otros medios, por el Diario de Navarra, el 17 de marzo de 2020<sup>8</sup>.

Esta entrada en la cocina doméstica de los “chefs *celebrities*” podría tener una doble lectura ateniéndonos al último trabajo de investigación académica de Charalampos Giousmpasoglou, Lorraine Brown y John Cooper titulado “The role of the celebrity chef” en el que concluyen que el chef *celebrity*, en la medida en la que representan y son marcas, pueden ser estudiados como un fenómeno contemporáneo ligado al consumismo y al posmodernismo. Por un lado, estos cocineros no quisieron dejar de ser la fuente de información veraz sobre la alimentación que se ganaron en las últimas dos décadas y por otro quisieron compartir lo que sabían y hacer comunidad<sup>9</sup>.

6. Web visitada el 3 de marzo de 2022: <https://www.20minutos.es/noticia/4205565/0/cocina-ferran-adria-videorecetas-todos-dias-twitter/>.

7. Web visitada el 3 de marzo de 2022: “El chef José Andrés comparte en Instagram su receta de lentejas”.

8. Web visitada el 3 de marzo de 2022 <https://www.diariodenavarra.es/noticias/vivir/gastronomia/2020/03/17/coronavirus-los-grandes-chefs-nuevos-maestros-cocina-casera-para-los-confinados-684487-3192.html>.

9. Giousmpasoglou, C.; Brown, L. & Cooper, J. (2020). “The role of the celebrity chef”, International Journal of Hospitality Management, Volume 85, 102358, ISSN 0278-4319, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102358>.

## AL OLOR DEL PAN

Pronto se llenaron los timeline de las redes sociales de imágenes de platos caseros con las etiquetas propuestas por cocineros y medios como las vistas anteriormente y con otras más y también simbólicas como #yomequedoencasa, #cocinamiento y #cocinadeconfinamiento en las que los y las ciudadanas mostraban sus habilidades propias o aprendidas de chefs, blogueros, instagramers, sitios de recetas, youtubers o de otras cuentas de Instagram de amigos, vecinos o desconocidos, libros antiguos, recetarios manuscritos. Había avidez y ganas de aprender, pero sobre todo de compartir por parte de las personadas confinadas en el intento de formar parte de un discurso común, empático y amable.

La paralización de la vida social y de gran parte de los negocios dedicados a la restauración, así como de los comedores de colegios y otras colectividades habían llevado durante estos días de confinamiento a muchas personas de vuelta a las cocinas domésticas. Pero lo que podría haber sido un drama se tornó en una celebración diaria gracias al efecto llamada de los hashtags a compartir esas fotos de platos caseros, los consejos succulentos y hasta guías de precios y maneras de conseguir suplir lo que en las primeras semanas fue un suplicio encontrar: harina y levadura.

Gracias al confinamiento miles de personas en España elaboraron su primer pan casero, dieron vida a su levadura madre y alimentaron masas de sémolas como sustituto al trigo blanco.

El periodista y escritor culinario Iban Yarza abrió sus canales para ofrecer apoyo y conocimiento sobre cómo hacer pan al creciente número de interesados. En alguno de sus directos de Facebook que denominó se pudieron contabilizar varios miles de espectadores que pedían consejos o aclarar dudas al autor del bestseller *Pan Casero: recetas, técnicas y trucos para hacer pan en casa de manera sencilla*. La capacidad comunicativa de este autor y periodista, junto con su mentalidad abierta y sentido del humor, hizo crecer su comunidad de seguidores en esos días en los que la vuelta a la elaboración del pan fue casi metáfora de la vuelta al hogar. Memorables son sus comentarios para animar a quienes temían no conseguirlo. En uno de sus posts del 23 de marzo de 2020 en Facebook escribió:

“\* No, no necesitas una cazuela de hierro colado para hacer pan en casa y conseguir volumen y una corteza estupenda.

\* No, no necesitas una chapa de acero para conseguir volumen y una corteza estupenda.

\* No, no necesitas una piedra de hornear para conseguir volumen y una corteza estupenda.

\* Lo que necesitas es comprender el proceso y mejorar un poco la técnica (y adaptarla a tus necesidades de horno y de pan).

\* Lo poco que he aprendido de pan haciendo y pan y hablando con cientos y cientos de personas que hacen pan... es que en pan no hay una verdad, sino que hay tantas opciones como panaderos (caseros, en este caso)”<sup>10</sup>.

10. Web visitada el 3 de marzo de 2022: <https://www.facebook.com/IbanYarza/photos/a.331235156980712/2534738376630368>.

Este texto da idea de cómo contribuye con su apertura y apoyo al sentimiento de pertenencia de una comunidad que, sin ser experta ni pretenderlo, quiere sentir la capacidad de elaborar en su propia casa y con sus propias manos el alimento básico de la gran mayoría de los hogares.

En estos días de confinamiento en los que la harina escaseaba y la levadura se había agotado con su optimismo natural mostraba cómo hacer pan con harina para rebozar o con otras harinas. Además, se lanzó a hacer un directo cada noche a través de Facebook para hacer juntamente con sus seguidores la levadura madre a partir de un poco de harina y agua, “como siempre se ha hecho”. Yarza recuerda en conversación con la autora que en esos directos de 10 minutos se unían miles de personas para ver la evolución de la levadura y comprobar si en su casa funcionaba igual y respondía a algunas preguntas y dudas. Luego realizó otras sesiones semanales monográficas recuperando un nombre de un foro anterior denominadas “Sesión Dr. Pan” que congregaron también a miles de personas. Estas sesiones las subió posteriormente a Youtube donde contabilizan más de 80.000 visualizaciones cada una de ellas.

Para Iban Yarza el confinamiento fue el momento en el que muchas personas se engancharon a hacer pan casero. Algunas otras dejaron de hacerlo, pero para él al menos siempre queda el recuerdo de que cuando España estaba confinada en casa “yo hice pan”.

## OBSCENIDADES EN UNA BOTELLA

La crítica es un género periodístico, pero en la actualidad se mantiene como una disciplina en ocasiones separada del ejercicio del periodismo gastronómico. Además, este tipo de críticas se suelen ceñir en la prensa española al restaurante, pese a que muchos de los nuevos periodistas reclaman una crítica que trascienda a la comida ofrecida por un establecimiento. Durante el confinamiento y con los restaurantes cerrados algunos de los más prestigiosos críticos de restaurantes españoles se centraron en hablar de productos gourmet que llegaban a sus casas, de botellas de vino excelsas y de la calidad de algunos de los servicios de delivery derivados de los restaurantes de ticket medio y alto que empezaban a funcionar en esos días. Sin embargo, la dirección que está tomando el periodismo gastronómico desde la crisis económica ocurrida entre 2009 y 2012 hace que el contenido gastronómico se despoje de lo exclusivo. Según concluye la investigación de Fusté-Forné y Masip: “La gastronomía deja de ser una disciplina para minorías y los medios contribuyen a la popularización y democratización del arte del comer, principalmente como una forma de entender la vida, y como ejemplo de una actividad local y de proximidad”<sup>11</sup>.

En las críticas, sin embargo, estos periodistas desdeñaron hablar de otros temas que empezaban a preocupar a la ciudadanía y que requerían mirar más allá del plato o de los envases en los que llegaban y que concernían a las condiciones laborales de

11. Fusté-Forné, F. y Masip, P. (2018): “Descifrando la información periodística especializada: la gastronomía en la prensa diaria española”, *Observatorio de la Comunicación*. 12(2):108-121.

quienes las llevaban a domicilio esta comida, los riders<sup>12</sup> o quiénes y cómo elaboraban esos platos<sup>13</sup>.

Las palabras e imágenes de los mundos de cristal habitados esos días por estos críticos destilaban cierta obscenidad de la que escapó honrosamente el crítico gastronómico Ignacio Medina que hizo cuentas, habló con propietarios de restaurantes y realizó predicciones y análisis. Sus escritos y comentarios en redes sociales, así como sus intervenciones en encuentros online mostraron su implicación y predisposición a entender un problema y comunicarlo, dejando a un lado la faceta sibarita de la profesión que en ese momento estaba fuera del contexto y de la empatía social en la que siempre se deben mover los periodistas, incluidos los gastronómicos<sup>14</sup>.

Por otro lado, fue sorprendente la de personas que se incorporaron al hábito diario de la cocina y cómo la narrativa de la receta entró en espacios hasta el momento alejados como el del deporte. Por ejemplo, el periodista gastronómico de la Cadena Ser Carlos G. Cano ofreció a petición del programa Carrusel deportivo una receta familiar a través de su Twitter<sup>15</sup>.

Las secciones habituales de gastronomía de los medios digitales se volcaron sin embargo con la nueva situación y en el caso de la Cadena Ser se alió con nuevos formatos como los directos de Instagram a través de los que se emitieron varios episodios denominados “Gastroconfinados” en los que cocineros más o menos conocidos hablaban de su situación, de sus negocios y daban una receta. También experimentó desde esta sección en la Cadena Ser con los directos de Twitch, pero según indicó el propio periodista en conversación con la autora: “una vez se normalizó la situación volvimos al estudio. Cuando los recursos son limitados no puedes estar en más canales de los que puedes asumir”.

La sección gastronómica del periódico *La Vanguardia* denominada “Comer”, dirigida por la periodista Cristina Jolouch, se volcó en hacer llegar recetas de chefs algunos de ellos celebrities como Albert Adrià o Joan Roca con el hashtag #loschefs-cocinanencasa. También animaron a su audiencia a compartir sus creaciones culinarias en Instagram con la etiqueta #yomeloguiso y pusieron en marcha una sección en colaboración con la Fundación Alicia en la que se ofrecían consejos saludables muy prácticos para esos días. También abanderaron un proyecto solidario impulsado por Roman Fornell y que denominaron #comercontigo mediante el que elaboraron 50.000 comidas con el apoyo de marcas y establecimientos y que repartieron entre sectores vulnerables de la ciudad de Barcelona.

12. La presión social y las demandas de estos trabajadores concluyeron finalmente en la promulgación por parte del Gobierno español de la conocida como Ley Rider en 2021), por la cual se adopta una serie de medidas de protección a los derechos laborales de las personas que se dedican al reparto domiciliario a través de plataformas digitales.
13. Las cocinas de los negocios de delivery se fueron industrializando en muchos casos a través de estructuras conocidas como *black kitchens*, ya habituales en otros países como Estados Unidos en el que el servicio a domicilio es muy demandado desde hace décadas.
14. Los artículos que publicó esos días pueden consultarse en <https://ignaciomedina.net/category/articulos/page/2/> (consultado el 3 de marzo de 2022).
15. Web visitada el 3 de marzo de 2022: <https://twitter.com/cgcano/status/1241389526091792389?s=20&t=KnOu6-lrvBjM4c2PQqOHVQ>.

En conversación con la autora, Cristina Jolonch recuerda que en aquellos momentos sintió la necesidad de mostrar la realidad que vivían algunas personas del sector desde la pantalla completa y no dividida (en referencia a la estética de los directos de IG) y, sobre todo, de apoyar al sector de la hostelería y homenajear su espíritu de superación. Por ello, junto con el fotoperiodista Samuel Aranda realizó una serie de 8 cortos documentales bajo el título genérico de “Sin Reservas” con la que visitaron al chef Artur Martínez, que durante el confinamiento trabajó para abrir La Mesa del Buen Gusto, en Terrassa; a los hermanos Roca cuando El Celler de Can Roca se encontraba cerrado y realizaban obras para mejorar las instalaciones de la cocina y el comedor; a Martina Puigvert y su madre, Fina Puigdevall, del restaurante Les Cols; al restaurante barcelonés Disfrutar abierto por los antiguos responsables de la cocina de elBulli –Eduard Xatruch, Mateu Casañas y Oriol Castro–; Paco Pérez, chef de Miramar (Llançà) y su familia, y el cambio de vida de Carles Gaig y Fina Navarro, quienes pusieron en marcha su nuevo proyecto en La Cerdanya. Y, por último, los dedicados a Nandu Jubany y a Ferran Adrià.

Entre las noticias que se ofrecieron en esta sección estos días la mayoría se centraba en la situación de los hosteleros en general y de algunos *chefs* en particular y las acciones de la ONG World Central Kitchen, liderada por José Andrés, para hacer llegar a las más vulnerables comidas caliente.

Para Jolonch su objetivo a través de las noticias era también “el apoyo a un sector que estaba siendo señalado como origen de muchos de los contagios”. Recuerda también la politización que se hizo del tema a través de las medidas más aperturistas de Madrid frente a las más restrictivas de Catalunya donde se prolongaron más los cierres a restaurantes como medida preventiva.

En esos días en los que la hostelería presionaba a través de manifestaciones en la calle, el chef del restaurante riojano Echaurren, Francis Paniego, admitió públicamente a través de su cuenta de Twitter la relación causa efecto entre la apertura de la hostelería y el incremento de los contagios. Sus compañeros de profesión y gran parte de la sociedad en general reprobaron a través de las redes y en medios de comunicación a este cocinero que evitaba así formar parte del discurso negacionista del que fueron garantes algunos partidos políticos y empresarios durante este periodo<sup>16</sup>.

Esta noticia de implicación política a la que seguirían contrapartes como el anuncio de un restaurante de Madrid de homenajear en su carta a la presidenta de la comunidad de Madrid por su aperturismo con un plato de huevos o la de otro de prohibir la entrada a todo político de los partidos en el gobierno fueron recogidas por las secciones destinadas a gastronomía, mientras que otras con mayor calado y profundidad no.

Bien sea por la estructura de cada periódico, por la competencia, por las visitas web o por un concepto más restringido de lo gastronómico<sup>17</sup>, otra serie de noticias

16. Esta polémica fue recogida por diversos medios de comunicación como la Cadena Ser. Ver en [https://cadenaser.com/ser/2021/03/02/gastro/1614709687\\_438243.html](https://cadenaser.com/ser/2021/03/02/gastro/1614709687_438243.html) o La Vanguardia en <https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20210305/6264225/hosteleria-riojana-francis-paniego-discurso-negacionista-chef.html> (ambas visitadas el 3 de marzo de 2022).

17. Sobre las limitaciones del concepto gastronomía ver Soares, C. M. P., Ferro, R. C., Brandão, B. H. P., Sugizaki, B. C., de Lima Silva, G. B., Mourão, T. J. F., ... & dos Santos, F.

gastronómicas de esos días fueron distribuidas en gran medida en otras secciones ajenas a las especializadas como Economía, Sociedad o Nacional. Entre las noticias publicadas se pueden encontrar las relacionadas con la caída del gasto familiar y la subida del consumo de alimentos en el hogar, el incremento de facturación de los supermercados, la reducción del desperdicio alimentario, la solidaridad de la población compartiendo comida o cocinando para los más desfavorecidos, las vivencias de algunos de los ciudadanos que engrosaron las llamadas “colas del hambre”, así como la denuncia de los platos de comida rápida que fueron distribuidos por la Comunidad de Madrid entre los niños de familias vulnerables.

Fueron noticia también las desigualdades sociales durante la recogida de la fresa y el hacinamiento de los temporeros, así como la situación precaria de los trabajadores en la hostelería que al no estar contratados oficialmente por el total de horas reales trabajadas veían muy menguado su sustento.

Esta precariedad ha sido estudiada recientemente por Berasaluce en un artículo en el que concluye que:

“Frente a un discurso triunfalista y autocomplaciente del poder empresarial tenemos un nuevo objeto discursivo de “pobres gastronómicos” en ese mercado laboral. La narrativa de la pobreza gastronómica tiene una doble carga, la propia precariedad laboral común a otros sectores y el añadido de la falta de dignidad ya que el ejercicio laboral se realiza en entornos de trabajos idílicos, paradisiacos y diseñados para los placeres más frívolos en el marco de un supuesto destino turístico internacional de excelencia. Esta situación se demuestra incompatible con un crecimiento sostenible del sector”<sup>18</sup>.

Tras el confinamiento, esta precariedad ha supuesto el crecimiento de un rechazo de los trabajadores a aceptar las mismas condiciones previas a la pandemia y ha provocado lo que se ha dado en llamar la gran dimisión, un fenómeno que no solo se ha vivido en España sino en muchos otros países de trabajadores que rechazan incorporarse de nuevo a ciertos sectores precarios.

## LO QUE QUEDA

A raíz de la pandemia y el confinamiento, la Universidad de Amberes a través de FOOMS (Food, Media & Society) lanzó #CoronaCookingSurvey, una encuesta a gran escala sobre el impacto de COVID-19 sobre los hábitos de compra, cocina y alimentación de la población confinada. Este estudio, en el que participa España a través de la Facultad de Farmacia de la Universidad Politécnica de Madrid, consiguió encuestar a más de 5000 personas<sup>19</sup>. Entre sus resultados destacan que gracias a este periodo de confinamiento hasta el 36,8 % de los encuestados (principalmente

---

P. (2020). Conceitos de Gastronomia: um debate sobre dissonâncias e convergências na literatura científica. *Revista Confluências Culturais*, 9(2), 147-161 y Acosta, Y. (ed.) (2021) Investigación, periodismo gastronómico y comunicación intercultural. URJC. Cátedra Unesco de Investigación en Comunicación.

18. Berasaluce Linares, F. J. (2021). La ética del trabajo gastronómico en España. *Periferica Internacional. Revista Para El análisis De La Cultura Y El Territorio*, (22), 370-379.

19. Web visitada el 3 de marzo de 2022: <https://coronacookingsurvey.be/resultaten-november/>.



mujeres y con estudios superiores) disfrutaban más de la cocina y el 23,7 % piensa que sus habilidades culinarias generales han mejorado, un 18,1 % piensa que sus habilidades para hacer galletas y pasteles han mejorado y, finalmente, el 13,7 % califica sus habilidades para hornear pan de forma más positiva que antes de la pandemia.

En general, alrededor del 42,7% de los participantes (principalmente mujeres y con estudios superiores) la sostenibilidad y respeto al medio ambiente de los ingredientes que utilizan. Alrededor del 34,8 % de los participantes indica que cocina con las sobras con más frecuencia desde la pandemia y el 26,3 % de ellos tira comida a la basura con menos frecuencia desde la pandemia.

El 42,9 % de los participantes en esta encuesta reconocen que los medios digitales fueron inspiradores para ser creativos en la cocina durante el confinamiento y el 56,2 % está de acuerdo en que los medios especializados en gastronomía proporcionan recetas útiles.

Los resultados mostraron también que alrededor del 40 % comió más por frustración que antes del confinamiento, pero al mismo tiempo alrededor de un tercio de los participantes prestó más atención a lo que comía y alrededor del 35 % piensa ahora en opciones más saludables en la cocina.

Centrándonos únicamente en España, en 2020 se publicó el estudio preliminar sobre los cambios de hábitos alimentarios de los españoles tras la pandemia como el firmado por L. Laguna, S. Fiszman, P. Puerta, C. Chaya, A. Tárrega en el que se concluía que el interés por las dietas decreció, pero aumentó el del pan, leche, pollo y frutas<sup>20</sup>.

Otra investigación preliminar de los científicos Tormo-Santamaría, M., Català-Oltra, L., Peretó-Rovira, A., Ruíz-García, Á., & Bernabeu-Mestre, J. se ceñía al ámbito de una de las provincias españolas, Alicante. No obstante, sus resultados son significativos por lo extrapolable que puede resultar el comportamiento de la población estudiada. El trabajo concluye que: “el confinamiento dio lugar a cambios en las prácticas culinarias y gastronómicas de la población alicantina que pueden ayudar a alcanzar el objetivo de una alimentación más sabrosa, saludable y sostenible”. Añade que “el aumento de la actividad culinaria se tradujo en una apuesta por la cocina tradicional en detrimento de los platos precocinados, más convivialidad en el acto de comer y un mayor compromiso con el comercio y el consumo de alimentos de proximidad y la sustentabilidad del sistema alimentario”<sup>21</sup>.

Pero además de estos hábitos, la periodista Cristina Jolonch considera que de aquellos días de confinamiento queda “un gran poso de lo que fue la solidaridad, la de verdad, sin intereses comerciales y de marketing, la que moviliza a la gente que ayuda a otra gente”.

20. Laguna, L., Fiszman, S., Puerta, P., Chaya, C., & Tárrega, A. (2020). The impact of COVID-19 lockdown on food priorities. Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers. *Food quality and preference*, 86, 104028.
21. Tormo-Santamaría, M., Català-Oltra, L., Peretó-Rovira, A., Ruíz-García, Á., & Bernabeu-Mestre, J. (2021). Cambios en las prácticas culinarias y gastronómicas durante el confinamiento de la COVID-19 en la provincia de Alicante. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 25, e1130-e1130.

Esas redes solidarias se crearon por toda España en mayor o menor escala, con más o menos apoyos. En el barrio madrileño de Malasaña dos vecinos con restaurante –Adrián Rojas de Casa 28 y Lola Beneyto de El Lugarcito de Noviciado– se unieron para cocinar y repartir entre quienes lo necesitaban. Tuvieron que acabar con su iniciativa por las denuncias de otros vecinos, pero donde no llegaron ellos, lo hizo la asociación que se creó en esos momentos denominada “Malasaña Acompaña” que unió a comerciantes y personas que cocinaron a título individual en sus casas para llevar a los que no podían hacerlo o no tenían cómo. Estas historias fueron contadas a través de las redes sociales por sus protagonistas, fueron publicadas por medios de comunicación de carácter local<sup>22</sup> y recogidas en la película documental “La fuera de un barrio” dirigida por Juanjo Castro y que demuestran que el corto alcance informativo en el periodismo gastronómico puede llegar a tener un alcance de larga distancia<sup>23</sup>.

## CONCLUSIONES

Tras este recorrido por los acontecimientos que marcaron la información gastronómica y los elementos que intervinieron en su desarrollo durante el confinamiento por la pandemia del COVID-19 a través de la contextualización de los hechos y el análisis del contenido comunicativo, se puede concluir que:

1. Gran parte de la población española pasó de cocinar de forma aislada algunos fines de semana a guisar cada día. Lo que fue una necesidad, en gran medida fue también un disfrute para quienes compartieron sus platos en las redes sociales, aprendieron y siguieron a otras personas que cocinaban. Ese impulso diario fue el que guiaron y lideraron foodies, gourmets, chefs, escritores y periodistas gastronómicos en esos 100 días que duró el confinamiento domiciliario en España a través de hashtags o etiquetas que apelaron a la unión, a la fraternidad, a la alegría de celebrar cada día un plato y que fueron usadas indistintamente por toda la comunidad.
2. El enfoque hacia lo doméstico, hacia el corto alcance informativo, se materializó a través de la publicación de noticias cercanas, de alcance local o hasta entonces vistas como algo no noticiable por pertenecer más al ámbito privado y al espacio de las emociones y no solo a través de los medios de comunicación sino de los perfiles en redes sociales.
3. Tras el confinamiento ha quedado según los investigadores algunos hábitos de aquel momento como la preocupación por una alimentación más sostenible y saludable, así como evitar el desperdicio. Y también, la muestra de la construcción de la solidaridad desde la sociedad a través de los núcleos más cercanos como son los barrios, del que se alimentaron no solo las iniciativas de vecinos sino también modernas infraestructuras de una ONG como World Central Kitchen.

22. El medio de comunicación es Somos Malasaña asociado a eldiario.es Consultar por ejemplo [https://www.eldiario.es/madrid/somos/malasana/noticias/malasana-acompana-repartiendo-comida-celebrar\\_1\\_7877186.html](https://www.eldiario.es/madrid/somos/malasana/noticias/malasana-acompana-repartiendo-comida-celebrar_1_7877186.html) (visitado el 3 de marzo de 2022).

23. Concepto periodístico desarrollado por el periodista Martín Caparrós en su libro *Larga Distancia*.



**BIBLIOGRAFÍA**

- Acosta, Y. (ed.) (2021): Investigación, periodismo gastronómico y comunicación intercultural. URJC. Cátedra Unesco de Investigación en Comunicación.
- Berasaluce Linares, F. J. (2021): La ética del trabajo gastronómico en España. *Periférica Internacional. Revista Para El análisis De La Cultura Y El Territorio*, (22), 370-379. <https://doi.org/10.25267/Periferica.2021.i22.32>.
- Caparrós, M. (2004): *Larga distancia*. Seix Barral.
- Fusté-Forné, F. y Masip, P. (2018): “Descifrando la información periodística especializada: la gastronomía en la prensa diaria española”, *Observatorio de la Comunicación* 12(2):108-121 <https://doi.org/10.15847/obsOBS12220181210>.
- Giousmpasoglou, C.; Brown, L. & Cooper, J. (2020): “The role of the celebrity chef”, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 85, 102358, ISSN 0278-4319, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102358>.
- Hidalgo-Marí, T y Segarra-Saavedra, J. (2014): “Televisión y gastronomía. Análisis histórico de la programación televisiva desde una perspectiva publicitaria”. *Revista Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 7, Número 2, páginas 317-341. [https://doi.org/10.5209/rev\\_PEPU.2013.v7.n2.46180](https://doi.org/10.5209/rev_PEPU.2013.v7.n2.46180).
- Laguna, L., Fiszman, S., Puerta, P., Chaya, C., & Tárrega, A. (2020): The impact of COVID-19 lockdown on food priorities. Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers. *Food quality and preference*, 86, 104028. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104028>.
- Tormo-Santamaría, M., Català-Oltra, L., Peretó-Rovira, A., Ruíz-García, Á., & Bernabeu-Mestre, J. (2021): Cambios en las prácticas culinarias y gastronómicas durante el confinamiento de la COVID-19 en la provincia de Alicante. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 25, e1130-e1130. <https://doi.org/10.14306/renehid.25.S2.1130>.
- Rodríguez-Monteagudo, E.; Hidalgo-Marí, T. Y Segarra-Saavedra, J. (2014): La gastronomía como producto de entretenimiento. Análisis de restaurantes y programas culinarios de éxito en España desde una perspectiva creativa, en *Revista PANGAEA*, 5, páginas 145 a 157.
- Soares, C. M. P., Ferro, R. C., Brandão, B. H. P., Sugizaki, B. C., de Lima Silva, G. B., Mourão, T. J. F & dos Santos, F. P. (2020): Conceitos de Gastronomia: um debate sobre dissonâncias e convergências na literatura científica. *Revista Confluências Culturais*, 9(2), 147-161. <https://doi.org/10.21726/rcc.v9i2.98>.

### PARTE III

## Retos educativos en la era COVID-19



# Risk translated: middle managers' views on strategic communication in HEI during the COVID-19 pandemic

## Riesgo traducido: puntos de vista de los mandos intermedios sobre estrategias de comunicación en IES durante la pandemia de COVID-19

## Risque traduit: points de vue des cadres intermédiaires sur la stratégie communication dans les EES pendant la pandémie de COVID-19

LINA TAMUTIENĖ

*Šiauliai State University of Applied Sciences, Lithuania  
lina.tamutiene@gmail.com*

### Abstract

The conceptual framework of this case study is based on translation perspective. This paper is using a framework of risk communication and trying to see if it is complemented by the concepts of translation and traveling ideas to better understand new aspects of strategic communication today. *The main purpose* of the present study is to analyze middle managers' views on strategic communication in higher education institution due to the COVID-19 pandemic and to investigate middle managers' readiness to respond to the communicative challenges in risk translation.

The translation process follows three steps that are governed by different editing or translating rules: context, logic, formulation (Sahlin, Wedlin, 2008). The analytical framework of editing rules is presented with a specific focus on the concept of risk in the institution of higher education. The empirical case is analysed according to these editing rules.

Middle managers play an important role in risk communication. This strategic role could be described in terms of recipients and translators of risk during the pandemic. The translation approach highlights the strategic role of middle managers

in risk communication as the translation of risks into their own departments and practices according to editing rules. Rules of *context*, *logic* and *formulation* become a real challenge for middle managers at higher education institution. Translated risk by the perspective of middle managers' grounds the intentions of *explanation* (as element of IDEA framework) in risk communication. Themes of discursive construction of a risk, acknowledgment of uncertainty, dominant message as response to contradictory messages are strategically important when considering risk translation in times of pandemic.

**Keywords:** managers, communication, COVID-19.

## INTRODUCTION

In a world affected by COVID-19, the role of communication is emphasized in terms of institutional challenges to manage information. Looking at the specific context, the specificity of higher education institutions (HEI) is emphasized by globalization and internalization, new public management trends and their influence on the reformed higher education system. The COVID-19 crisis has forced higher education institutions worldwide to seek new ways and solutions not only to reconfigure study programs and study process, but also to transform management and administration routines. These transformation processes are based on complexities deriving from both institutional and external factors. Moving from the analysis of the main challenges the COVID-19 crisis determined for the higher education institution and faculties, it is important to analyze the communication through translation perspective. Middle managers are supposed to be engaged with the translation of new ideas and reduce organizational risks (Radaelli, Sitton-Kent, 2016).

The conceptual framework of this case study is based on translation perspective. This paper is using a framework of risk communication and trying to see if it is complemented by the concepts of translation and traveling ideas to better understand new aspects of strategic communication today. The author analyzes editing rules in risk translation from a middle management perspective.

*The main purpose* of the present study is to analyze middle managers' views on strategic communication in higher education institution due to the COVID-19 pandemic and to investigate middle managers' readiness to respond to the communicative challenges in risk translation.

*The research questions* guiding this paper are:

- How middle managers working in higher education institution make sense of risk in their own departments and practices during the pandemic?
- What is the role of middle managers from the perspective of translation in risk communication?

## METHODOLOGY/ APPROACH

This paper brings together translation theory, editing rules perspective and risk communication model to understand risk translation during the pandemic. The paper is based on a single case study with ethnographic account. Using qualitative

methods in looking at the case of higher education institution and interviewing colleagues at middle management level from two faculties to understand how they view the transition to remote work and communication during the first lockdown related to COVID-19. A semi-structured interview was conducted with 5 middle managers in higher education institution to examine the lived experiences of communication during the first lockdown. Semi-structured interviews were used to collect primary data about the way middle managers perceive and translate risks during the pandemic. A thematic analysis of the interview content was conducted looking for themes based on explanation of risk. The themes discussed in the interviews were organized following editing rules of translation (*context, logic and formulation*).

## BACKGROUND LITERATURE REVIEW AND THEORETICAL FRAMEWORK TRANSLATION

This paper is theoretically based on the translation perspective. Translation in organisation studies is defined as the efforts in a new environment (e. g. faculty, department) to apply the concepts which originated elsewhere (Radaelli and Sitton-Kent, 2016).

Translation is the process when an idea is transmitted and interpreted once again in a new situation. The main aspect of the applied translation is that ideas do not travel spontaneously, their journey is influenced by a very active social process – translation. The ideas are chosen by certain actors, then they are “packed” into certain objects and transmitted to other environments in which they are applied and implanted (Czarniawska, Joerges, 1996). It is a continuous process of change within the organisation: the materialisation of ideas, the conversion of ideas into objects and actions, then back to the ideas.

In the theory of translation, the main element is the idea – a travelling idea. The core articles about the applied translation of ideas in organisations focus on to the travelling of ideas (Czarniawska, Joerges, 1996) and the circulating (Sahlin, Wedlin, 2008). Both terms applied to the dispersion of ideas – travels and circulating – have the same of circulating which indicates the potential of the translation of an idea in time and space. The contextualisation which happens in the context of an addressee is the translation of the abstract representation to a concrete, materialised object (e. g. a formal structure, culture, habits and personal skills) in the context of a receiver. According to this definition of the applied translation of an idea, the abstraction of the risk in times of crisis is interpreted as a stage of the decontextualisation of an idea when the idea is prepared for the applied translation.

The actions of communication between the source and the addressee are operationalised as two main stages of the applied translation: decontextualisation and contextualisation (Czarniawska, Joerges, 1996; Radaelli, Sitton-Kent, 2016; Rovik, 2016). Translation includes the choosing of an idea, its extrusion from the original environment and the insertion into a new context – this translation includes the transformation of the form of the idea (from the abstraction to a material object) as well as the transformation of the contents of the idea. The actions of cooperation and communication between the source and the addressee are operationalised as

two main stages of the applied translation in the theory of the applied translation: decontextualisation and contextualisation (Rovik, 2016). Analytical framework of translation and contextualisation in this paper is presented with specific focus on the idea of risk with the perspectives of middle managers.

The translation process follows three steps that are governed by different editing or translating rules: context, logic, formulation (Sahlin, Wedlin, 2008). The analytical framework of editing rules is presented with a specific focus on the concept of risk in the institution of higher education. The empirical case is analysed according to these editing rules.

## RISK COMMUNICATION

This paper is based on the IDEA model for risk communication (Sellnow, Sellnow, 2013, 2014). The IDEA model could be revealed with these components:

- *internalization* (perceived value and personal impact);
- *distribution* (channels for messages to be delivered);
- *explanation* (translation);
- *action* (specific steps to be implemented).

Representation of the component of *explanation* of IDEA model could be proposed by the view of middle managers in higher education institution. Explanation in the model of risk communication is actualized with regard to conflicting issues of risk communication (Kasperson, 2014).

## THE ROLE OF MIDDLE MANAGERS

The institutions of higher education can be defined as the platform of “translations”: in these platforms the practices translated from the field of business (e. g. the marketing of services, social responsibility, etc.) are installed and adapted.

Middle managers in higher institution are supposed to present new ideas and reduce organizational risks and hold a critical position between top management and academic/non-academic staff (Teulier, Rouleau, 2013; Radaelli, Sitton-Kent, 2016).

## MAIN FINDINGS

The paper presents a debate on how the risk translation could be revealed in the context of a higher education. These results are based on a thematic analysis of data collected from the interviews. The challenges discussed in the interviews are organized according to the following themes: The idea of risk, The discursive construction of a risk, Acknowledgment of uncertainty, Risk communication as a dynamic process, developing shared leadership, Structuring remote communication, Simplified information at the administrative level. These themes were revealed in relation to editing rules: *rules of context*, *rules of logic*, *rules of formulation* (table 1).

Table 1. Subthemes informing each theme of *editing rules*.

Editing rules	Themes	Subthemes
Rules of context	The idea of risk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Public perception of COVID-19 risk</li> <li>Student-centered approach in the strategic communication of higher education institution</li> </ul>
	The discursive construction of a risk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competing messages from the media and the public opinion</li> <li>Consistent messages from the principals of higher education institution</li> </ul>
Rules of logic	Acknowledgment of uncertainty	<ul style="list-style-type: none"> <li>References of best practice as the way to replace uncertainty</li> <li>Previous experience of risk communication practitioners</li> </ul>
	Risk communication as a dynamic process	<ul style="list-style-type: none"> <li>Focus on explanation (translation) more than action</li> <li>Sharing information about risks among teachers and students</li> </ul>
	Developing shared leadership	<ul style="list-style-type: none"> <li>Motivation to reduce potential misunderstandings</li> <li>Common motivation to cooperate in appropriate actions</li> </ul>
Rules of formulation	Structuring remote communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delivering of instructions</li> <li>Implementation of specific guidelines</li> </ul>
	Simplified information at the administrative level	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentation of information accurately and intelligibly</li> <li>Positive exemplification of information</li> </ul>
	Dominant message	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobilised response to address common understanding</li> <li>Intend from contradictory messages to dominant</li> </ul>

In the interviews it was highlighted that risk communication during COVID-19 in the higher education institution was more based on explanation as translation than on implementation. The interviews with middle managers showed that they act as local actors and translators in organizational level and meet challenges related to risk communication. For middle managers, this implies encouragement to explain risk as translation to context of higher education institution.

## DISCUSSION AND CONCLUSIONS

Interest in risk communication during COVID-19 pandemic has increased rapidly, recommendations for risk communication in the strategic level of institutions are considered particularly challenged to implement. Findings of this research promotes the view that explanation in risk communication could be explained as translation in relation to a translation theory.



Combining a framework of risk communication and translation from the perspective of middle managers gives a way to understand what is strategically important in institutional communication when considering risk translation in times of pandemic. This paper deepens the knowledge about middle managers' impact on strategic communication in higher education institution. More precisely, it focuses on how middle managers translates risks into their own departments and practices. The findings show that the middle managers translate risks based on student-centered approach, structuring remote communication, developing shared leadership. While highlighting the role of middle managers as a translator, they become key actors enabling translations for strategic communication in risk management.

Risk communication initiatives in higher education institution are based on translation according to middle managers. Translated risk by the perspective of middle managers' grounds the intentions of *explanation* (as element of IDEA framework) in risk communication.

Rules of *context, logic and formulation* become a real challenge for middle managers at higher education institution. Themes of discursive construction of a risk, acknowledgment of uncertainty, dominant message as response to contradictory messages are strategically important when considering risk translation in times of pandemic.

Middle managers play an important role in risk communication. This strategic role could be described in terms of recipients and translators of risk during the pandemic. The translation approach highlights the strategic role of middle managers in risk communication as the translation of risks into their own departments and practices according to editing rules.

## LIMITATIONS

This study is conducted in one higher education institution. Research results reflect the approach of translation by middle managers only in this organization. The research could be extended to other organisations to compare trends of risk translation during the periods of pandemic.

## ACKNOWLEDGMENT

The author of the article sincerely thanks colleagues at middle management of higher education institution who agreed to participate in the interviews by sharing their experience.

## REFERENCES

- Czarniawska, B. & Joerges, B. (1996). Travels of ideas. In B. Czarniawska and G. Sevón (eds), *Translating Organizational Change*. Berlin: Walter de Gruyter, 13-48.
- Kasperson, R. (2014). Four questions for risk communication. *Journal of Risk Research*, 17(10), 1233-1239.
- Radaelli, G., & Sitton-Kent, L. (2016). Middle managers and the translation of new ideas in organizations: a review of micro-practices and contingencies. *International Journal of Management Reviews*, 18(3), 311-332.

- Røvik, K. A. (2016). Knowledge transfer as translation: Review and elements of an instrumental theory. *International Journal of Management Reviews*, 18(3), 290-310.
- Sahlin, K. & Wedlin, L. (2008). Circulating Ideas: Imitation, Translation and Editing. In R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby, and K. Sahlin-Andersson (eds.), *The SAGE handbook of organizational institutionalism*. London: Sage, 218-242.
- Sellnow, D. D., & Sellnow, T. L. (2014). Instructional principles, risk communication. *Encyclopedia of health communication*, 1181-1182.
- Sellnow, T., & Sellnow, D. (2013). The role of instructional risk messages in communicating about food safety. *Food insight: Current topics in food safety and nutrition*, 3.
- Teulier, R., & Rouleau, L. (2013). Middle managers' sensemaking and interorganizational change initiation: Translation spaces and editing practices. *Journal of Change Management*, 13(3), 308-337.



# L'apport des plateformes d'apprentissage médiatisé pendant la pandémie de COVID-19

## The contribution of mediated learning platforms during the COVID-19 pandemic

## La contribución de las plataformas de aprendizaje mediado durante la pandemia de COVID-19

BRAHIM ABARAGH

*Le Havre Normandie Université, France  
abaragh.brahim@gmail.com*

### Résumé

Cet article se propose de cerner l'apport de la technologie de l'information et de la communication dans l'enseignement, son utilisation et ses fonctionnalités par l'apprenant marocain dans le contexte international de la pandémie de COVID-19. Il mène une réflexion sur la notion de l'enseignement à distance afin de montrer son importance dans les différents contextes et conjonctures; il met également en évidence le rôle de l'outil technologique comme élément décisif dans le développement des compétences chez l'apprenant. Nous proposons, dans ce contexte, un modèle de description de la notion des technologies de l'information et de la communication à des fins éducatifs, et parfois spécifique aux différents contextes sociaux, sanitaire et politiques, fondé sur le concept d'appropriation de l'outil technologique et permettant de fixer un cadre conceptuel pour déterminer une démarche qui développe la compétence des usagers. Ce modèle est élaboré sur la base d'éléments (la visée, la ressources/activité et l'interaction) autour desquels va se concrétiser l'appropriation.

**Mots clés:** enseignement supérieur, TICE, compétence numérique, apprentissage.

### INTRODUCTION

Dans une société immergée dans la révolution numérique et la conquête des réseaux sociaux, les Technologies de l'Information et de la Communication ne cessent

d'évoluer et d'influencer le rapport au savoir. D'où la nécessité de s'adapter aux changements que connaît la société avec l'usage des TIC [1]. Ainsi, leur intégration en enseignement supérieur devrait contribuer à des évolutions du processus d'enseignement/Apprentissage d'un paradigme classique centré sur la transmission du savoir vers un paradigme actif où l'apprenant est responsable de la construction de ses connaissances. Ce besoin d'intégration des nouvelles technologies d'information dans les pratiques de la classe s'accroît plus par les contextes politiques et sanitaires parfois incontrôlables: maladies, confinement, guerres etc.

Concurremment, les TICE sont souvent liées à la représentation théorique des objets techniques et leurs caractéristiques [3]. L'expression inclut trois concepts: technologie, communication et information [4]. Dans la formation, les TICE doivent jouer le rôle de réacteur de connaissances et de compétences pour les apprenants, de développement professionnel pour les enseignants, de promotion et d'innovation dans les institutions [5] mais aussi de dépassement des crises (Covid-19 par exemple). Elles modifient les pratiques, les stratégies de recherche, de publication, de celui qui se les approprie et le savoir devient une matière d'échange [6].

Dans notre article nous adopterons une définition [7] qui considère que les technologies sont une matière pour enseigner et un environnement favorable pour apprendre dans lequel les apprenants ont l'opportunité de construire les connaissances. Elles constituent une alternative aux pratiques classiques qui ne peuvent avoir lieu dans quelques circonstances politiques ou sociales.

La qualité comme concept vise l'excellence et le perfectionnement. Pour se faire valoir, dix dimensions ont été décrites pour une éducation ouverte à tous: l'accès, le contenu, la pédagogie, la reconnaissance, la collaboration, la recherche, la stratégie, la technologie, la qualité et le leadership [8]. La qualité dans l'enseignement est un concept qui pèse: l'UNESCO s'est engagé à intégrer les TIC en enseignement/apprentissage pour tous les niveaux d'enseignements en vue d'allier la qualité à l'éducation (UNESCO, 2011).

## LE CONTEXTE DU NUMÉRIQUE DANS L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

La réforme de l'enseignement supérieur marocain et l'introduction du système LMD en 2003/2004, s'aligne avec l'accord de Bologne (1999) qui impose aux universités de repenser le cursus d'études en termes de compétence de formation et non pas seulement en termes de contenus. Or, les TICE, dans ce contexte, sont considérées comme un élément réacteur d'amélioration de la formation et d'ancrage de l'université marocaine dans son monde socio-économique. la stratégie nationale qui vise l'intégration des TIC dans l'enseignement trace comme objectifs à atteindre, quatre axes principaux: (a) les ressources et les services numériques, (b) la formation en TIC, (c) l'infrastructure informatique et (d) la promotion de la recherche scientifique et de l'innovation [10]. De même, le contexte des TICE au Maroc s'accorde avec la déclaration d'Incheon et Cadre d'action pour la mise en œuvre de l'objectif de développement durable 4 qui vise d'«Assurer à tous une éducation équitable, inclusive et de qualité et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie» (déclaration d'Incheon, UNESCO, 2015).

Aussi, l'utilisation des TICE au Maroc s'accorde avec la déclaration de Qingdao visant à «Mobiliser les TICE» pour la réalisation de l'éducation 2030», lors de la conférence internationale sur les technologies de l'information et de la communication et l'éducation post-2015, du 23 au 25 mai 2015 à Qingdao, en République populaire de Chine, dont le but est l'affirmation des ministères membres de l'UNESCO, l'intérêt de l'exploitation pleine du potentiel des TIC au service de l'éducation et de la réalisation des Objectifs de développement durable (déclaration de Qingdao, UNESCO, 2015). Actuellement, l'université marocaine se trouve en Etat d'alerte concernant la valorisation des nouvelles pratiques d'enseignement et leur mise en action dans les pratiques enseignantes, notamment ces deux dernières années où la pandémie COVID-19 contribue à la révélation des insuffisances en matière de la généralisation des nouvelles technologies de l'information. Ceci met les responsables en situation de repenser des méthodes efficaces capables de combler les lacunes affichées surtout en matière des inégalités numériques.

## CADRES THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE

Nous nous appliquons à l'étude des notions de la technologie de l'information et de la communication dans l'enseignement telles qu'elles s'opèrent chez les différents apprenants. Dans cet article, nous nous intéressons aux stratégies avec lesquelles l'apprenant marocain développe les compétences des usages de l'outil numérique. Pour plus d'objectivité, nous étions en situation de recherche et de documentation sur le sujet auprès de différents instituts et disciplines comme les sciences de l'éducation et les sciences du langage, nous avons exploré au même titre l'apport de la netnographie (Kozinets, 1998) qui analyse le contenu des actes de communication d'une communauté virtuelle en cherchant à leur donner du sens. Ceci permet des relations de proximité avec les apprenants de dispositif puis une nécessaire mise à distance objectivée d'interactions humaines.

L'étude de tels phénomènes suppose une imprégnation profonde du chercheur dans son terrain et requiert une compréhension empathique des individus qu'il observe en accordant une attention soutenue à leurs pratiques et à leurs modes de pensée. Cet article expose un cadre conceptuel sur l'apport de l'utilisation des TICE durant la pandémie COVID-19 et leurs place dans le développement des compétences des apprenants marocains.

## CONTEXTE DES TICE POUR LES APPRENANTS

La pandémie COVID-19 réduit ostensiblement le nombre de séances présentes poussant les différents acteurs universitaires, dont les étudiants, à proposer des méthodes d'enseignement à distance basées sur les nouvelles technologies. Les TICE sont donc censés booster la réussite des étudiants aux examens ou optimiser leurs chances d'obtenir un emploi satisfaisant et suffisamment rémunéré dans un délai convenable[13]. Dans ce sens, les auteurs [13] stipulent que les compétences relatives à l'usage des TICE sont supposées être complémentaires de celles propres aux champs disciplinaires auxquels les diplômes concernés sont rattachés. Des écrits ont fait dégager que les TICE peuvent contribuer à atteindre un enseignement efficace s'elles sont généralisées et à libre accès pour tous les étudiants.

## CADRE THÉORIQUE POUR UN ENSEIGNEMENT EFFICACE

Les différents pédagogues et chercheurs en éducation rapportent quatre piliers pour un enseignement efficace. Ainsi, ils dégagent que l'enseignement favorisant l'apprentissage en profondeur se base à tout le moins sur les éléments suivants [14], [15] et [16].

### L'APPRENTISSAGE RÉSULTE D'UNE CONSTRUCTION PERSONNELLE DES CONNAISSANCES

Selon l'approche cognitiviste, l'apprenant sélectionne d'abord l'information que l'on lui présente pour l'interpréter. Le choix de l'information retenue ou rejetée est tributaire de facteurs cognitifs, tels que l'intérêt et la quantité d'information à ménager, et de facteurs émotionnels. Par exemple, on rejette les informations monotones ou insignifiantes pour retenir celles pour lesquelles on éprouve du plaisir ou de la peine. De plus, la mémoire ne peut pas emmagasiner les connaissances si elle est saturée d'information.

L'apprentissage constructiviste est un phénomène actif, basé sur le fait de donner une explication utile de la manière dont l'apprentissage se réalise, et ce indépendamment de tout enseignement ou toute situation d'apprentissage. De ce fait, si un apprentissage se fait, il se fera de façon constructiviste, ce qui veut dire; qu'il doit faire appel à des méthodes d'enseignement adéquates à la construction des savoirs.

L'apprentissage est conçu comme un processus dynamique de construction des savoirs qui suppose l'établissement de liens entre les nouvelles informations et celles déjà organisées. Concurrément, d'après les théories constructiviste et socioconstructiviste, la connaissance est construite par l'apprenant. Ainsi, l'enseignant doit dans sa pratique, ramener à la mémoire de travail les connaissances antérieures de l'étudiant pour que ce dernier juge de la viabilité des connaissances qu'il possède.

### L'APPRENANT DOIT S'ENGAGER COGNITIVEMENT DANS LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION

D'après les cognitivistes, l'engagement cognitif de l'étudiant peut le mener à la persévérance dans le travail qui lui est accordé. Cet engagement cognitif est atteint une fois la méthode et la stratégie de la gestion de l'information sont expliquées à l'apprenant. Par la même occasion, il faut que tout un chacun accède aux nouvelles technologies et aie les savoirs nécessaires à leur manipulation dans le cadre de l'égalité des chances d'accès aux moyens des savoirs.

### L'APPRENANT DOIT METTRE EN APPLICATION LES NOUVELLES CONNAISSANCES

Ce postulat s'accorde avec les résultats des théoriciens socioconstructivistes, qui affirment que la connaissance est le résultat d'une activité personnelle qui ne siège pas seulement au cerveau, mais elle est aussi tributaire des interactions sociales ainsi que les stratégies cognitives utilisées par l'apprenant.

## L'APPRENANT DOIT PRENDRE CONSCIENCE DE SES STRATÉGIES MÉTACOGNITIVES

La métacognition est une autorégulation qu'une personne porte pour sa démarche mentale, ceci permettra à l'apprenant d'apporter une meilleure connaissance du fonctionnement de sa pensée et du contrôle qu'elle peut exercer sur celle-ci. C'est une auto-évaluation et auto ajustement permettant d'être conscient du suivi de la réalisation de l'apprentissage avant, au cours et après la tâche, les ajustements apportés, peuvent servir à optimiser un apprentissage en profondeur.

## UN APPRENTISSAGE FAVORISÉ PAR LES TICE

Nul ne peut nier l'effet que nous subissons par nos ordinateurs, smart phone, internet.... Nous vivons dans une ère ou nous dépendons de la connexion internet et appareil intelligent.... Nos apprenants ne font pas exception à ce phénomène. De ce fait, nous pourrions dire que la technologie peut concourir à réussir un enseignement/apprentissage efficace et profond. Les TICE permettent à l'étudiant de chercher l'information très facilement.

## QU'ENTEND-ON PAR LES «COMPÉTENCES NUMÉRIQUES»?

On entend souvent par la notion des compétences numériques ce paradigme qui implique une (re)configuration, non plus du savoir à acquérir à distance (bien qu'accompagné), mais de la méthode et de la manière de l'acquérir en autonomie, pas toujours en phase avec les valeurs et les pratiques, voire les us et la culture numérique. Cependant, on peut d'ores et déjà la déterminer comme une capacité de repérer, d'organiser, de comprendre, d'évaluer, de créer et de diffuser de l'information par l'intermédiaire de la technologie numérique. Pour acquérir des compétences numériques, il est d'ailleurs indispensable d'avoir une connaissance des technologies des communications actuelles et de leur usage. Ceci permet à l'apprenant de maîtriser un ensemble de compétences qui lui permettent de communiquer et d'évoluer l'émergence technologique. L'université marocaine commence déjà à organiser des cycles de formation en matière de la manipulation des nouvelles technologies au profit de ses étudiants, enseignants et administrateurs.

## APPRENTISSAGE ET TICE

La diffusion des TICE dans notre vie est redevenue une réalité, ces technologies se présentent dans tout ce que nous entretenons et l'apprentissage ne fait pas exception à ce phénomène. Or apprendre n'est pas un simple traitement d'information, ni une acquisition qui permettra d'avoir des compétences. Mais il est bien une activité cognitive complexe imposant une construction continue des acquis pour pouvoir les conceptualiser dans la vie réelle [17]. Dès lors, l'apprentissage est une permutation dans les structures mentales via un continuum de construction et reconstruction de connaissances à travers les échanges avec le monde physique, social et/ ou virtuel [18].

Parallèlement, les TICE et apprentissage peuvent constituer un couple parfait dans lequel les TICE apportent beaucoup pour construire un apprentissage profond et significatif. Dans ce sens, [17] on décrit les TICE comme des amplificateurs mentaux et déclencheurs de l'activité cognitive qui renforcent les méthodes d'exécution



et de contrôle des actions en s'alimentant d'outils efficaces pour agir, explorer, créer, expérimenter.

En concordance avec l'approche socioconstructiviste, les apprentissages doivent amener au développement des habiletés d'ordre supérieur en favorisant la résolution de problèmes et l'analyse critique en rompant avec l'apprentissage visant la mémorisation. En outre, un apprentissage significatif ne pourrait avoir lieu qu'en présence de TICE en milieu d'enseignement/apprentissage avec des enseignants maîtrisant les rouages de ces technologies et des étudiants ayant un minimum de conscience quant à leurs avantages.

Par ailleurs, Jean Michel Pauline (2016) a dégagé un listing de l'évolution des supports utilisés en formation depuis le papier à bord ou le tableau avec craie, rétro-projecteur, enseignement assisté par ordinateur, vidéoprojecteur, e-learning, classes inversées, blended learning, serious game, MOOC, big data jusqu'au l'e-learning 4.0.

Conjointement avec l'évolution des supports de formations et enseignements, les enseignants doivent intégrer l'évolution des technologies de l'information et de la communication, sinon ils risquent d'être déclassés. C'est dans ce sens que Cristol (2017) explique que les enseignants d'aujourd'hui doivent apporter plus que des contenus et de participer à l'introduction d'une culture numérique.

Le même auteur a relié l'intégration des enseignants dans l'utilisation des TIC avec l'évolution de la technologie dont on ajoute un numéro de version. C'est ainsi que les développeurs informatiques ont nommé leurs programmes dépendamment des versions. De ce point, Cristol (2017) a transféré les numéros de version du langage Basic 1.0 qui concorde avec l'évolution du web en donnant lieu à des versions qui vont être rappelées pour numéroter le niveau d'intégration des formateurs pour l'utilisation des TICE dans leurs pratiques. Quatre versions d'enseignants ou formateurs ont été décrit par Cristol (2017).

## ENSEIGNANT, APPRENTISSAGE ET TICE QUEL RAPPORT?

Dans un environnement TICE/enseignement/apprentissage, l'enseignant redevient un conseiller qui incite ses apprenants à explorer les différentes ressources d'apprentissage. De même, dans cette nouvelle triade d'apprentissage, l'enseignant doit favoriser l'utilisation des stratégies cognitives et métacognitives dans les projets qu'entretiennent ses apprenants [18]. Dans le même ordre et en relation avec l'utilisation des TICE par les enseignants... La façon dont chaque enseignant utilise les TICE n'est certes pas la même. Chacun l'utilise selon des niveaux d'intégration décrit par [19].

Conjointement avec la pratique enseignante et l'utilisation des TICE, le modèle LoTI (Levels of Technology Implementation), réalisé par Moersch, permet de lier entre l'approche pédagogique de l'enseignant et le niveau d'intégration de la technologie dans ses pratiques suivant une échelle [19]. Six niveaux sont décrit par l'auteur après celui du 'non usage' et qui sont:

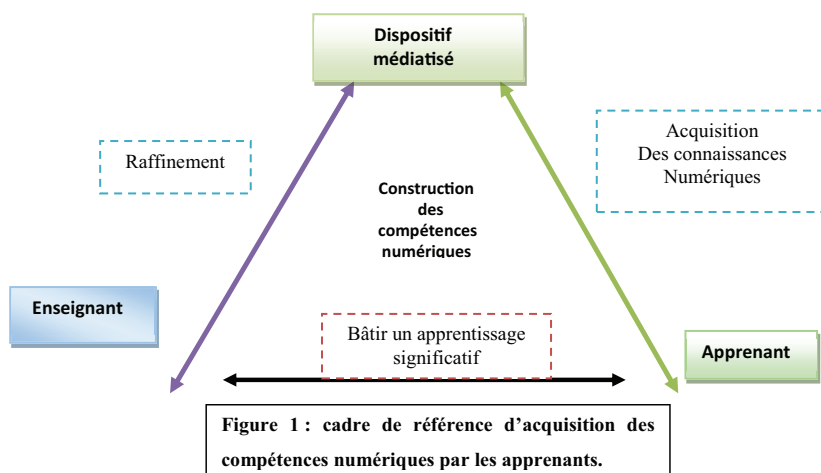
- ✓ **La prise de conscience:** dans ce niveau, l'enseignant sait manier l'ordinateur, mais il le fait en dehors de la classe et pour son propre usage.
- ✓ **L'exploration:** les technologies sont utilisées pour compléter les activités existantes.

- ✓ **La pénétration:** l'enseignant utilise la technologie pour accompagner les activités d'apprentissage.
- ✓ **L'intégration:** le formateur intègre les technologies dans le processus d'apprentissage et à la résolution des problèmes visant la construction des compétences.
- ✓ **L'expansion:** dans ce niveau, l'enseignant se sert des technologies pour étaler l'expérience des étudiants à des contextes réels,
- ✓ **Le raffinement:** c'est le niveau le plus haut de l'utilisation des technologies par les enseignants, elles sont naturellement discernées au service de l'apprentissage.

## CONCLUSION

D'après une étude réalisée au Maroc, les outils les plus utilisés par les enseignants sont ceux qui servent à la production, d'illustration et de diffusion. Sur l'échelle de LoTI, ces usages se situent dans les premiers niveaux (0-3); entre "Pas d'usage" et "Pénétration" [10]. Ceci s'explique en partie par le caractère urgent de l'intégration de ces outils dicté par le contexte international de la pandémie COVID-19 sachant qu'au Maroc, malgré la recommandation de la charte d'éducation et de formation et de la nouvelle vision stratégique d'enseignement qui incite à la valorisation de l'intégration des TICE dans les pratiques enseignantes, l'usage des TICE est très limité à quelques domaines scientifiques: génie informatique et réseaux.

L'utilisation des TICE par contre ne pourra avoir un impact positif qu'à partir d'un niveau d'intégration 4, 5 et 6 par les enseignants et la combinaison des environnements interactifs avec la posture constructiviste. La recension de plusieurs écrits nous a permis de mettre en place un triangle explicitant l'acquisition des compétences numériques qui ne sont que l'autre côté de la médaille alliant le niveau d'intégration des TICE par l'enseignant et l'apprenant, qui intégrera les compétences numériques efficacement et indépendamment de la capacité de l'enseignant à utiliser l'outil informatique.



## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- [1] B. Charlier, "Evolution des pratiques numériques en enseignement supérieur et recherche: quelles perspectives", *Rev. Int. des Technol. en pédagogie Univ.*, vol. 8, no. 3, 2011.
- [2] V. D. Souza-junior, I. Amélia, C. Mendes, A. Mazzo, and S. Godoy, "Application of telenursing in nursing practice: an integrative literature review", *Appl. Nurs. Res.*, vol. 29, pp. 254-260, 2016.
- [3] D. Peraya, "Communication éducative médiatisée, formation à distance et campus virtuels", *Communication*, pp. 1-10, 1998.
- [4] J. Basque, "Une réflexion sur les fonctions attribuées aux TIC en enseignement universitaire Josianne Basque To cite this version: HAL Id: edutice-00086399 Une réflexion sur les fonctions attribuées aux TIC en enseignement universitaire", 2006.
- [5] V. Folcher and P. Rabardel, "Hommes, artefacts, activités: perspective instrumentale", *Ergonomie*, no. May, pp. 251-268, 2004.
- [6] T. Karsenti, S. Villeneuve, C. Raby, R. Weiss Lambrou, H. Meunier, and CRIFPE, "Conditions d'efficacité de l'intégration des TIC en pédagogie universitaire pour favoriser la persévérance et la réussite aux études", 2008.
- [7] D. Peraya and C. Peltier, "Une année d'immersion dans un dispositif de formation aux technologies: prise de conscience du potentiel éducatif des TICE, intentions d'action et changement de pratique", *Rev. Int. des Technol. en pédagogie Univ.*, vol. 9, no. 1-2, p. 111, 2012.
- [8] A. I. dos Santos, Y. Punie, and J. C. Muñoz, *Opening Up Education: A Support Framework for Higher Education Institutions*, no. August. 2016.
- [9] N. Unies, "L'UNESCO} et".
- [10] F. Maaroufi, "Effets des TIC sur les pratiques pédagogiques dans un établissement d'enseignement supérieur marocain", [Http://Www.Adjectif.Net/Spip](http://Www.Adjectif.Net/Spip), pp. 1-8, 2016.
- [11] N. Unies, "Déclaration d'Incheon Cadre d'action".
- [13] M. Dahmani and L. Ragni, "L'impact des technologies de l'information et de la communication sur les performances des étudiants", *Réseaux*, vol. 155, no. 3, p. 81, 2009.
- [14] M. Lebrun, "Impacts des TIC sur la qualité des apprentissages des étudiants et le développement professionnel des enseignants: vers une approche systémique", *Rev. Sticef*, vol. 18, pp. 1-20, 2011.
- [15] M. Musial, F. Pradère, and A. Tricot, "Prendre en compte les apprentissages lors de la conception d'un scénario pédagogique", *Rech. Form.*, vol. 68, no. 3, pp. 15-30, 2011.
- [16] R. De Ladurantaye, "Les TIC servent-elles toutes les finalités éducatives de l'enseignement collégial?", *Pédagogie collégiale*, pp. 1-5, 2011.

- [17] M. Linard, "Concevoir des environnements pour apprendre: l'activité humaine, cadre organisateur de l'interactivité technique Concevoir des environnements pour apprendre: l'activité humaine, cadre organisateur de l'interactivité technique 1", *Sci. Tech. Educ.*, vol. 8, no. 3-4, pp. 211-238, 2001.
- [18] L. Winer and G. Bergeron, "Une approche pédagogique pour l'école informatisée", no. 514, 2006.
- [19] C. Moersch, "Levels of Technology Implementation (LoTi): A Framework for Measuring Classroom Technology Use", *Learn. Lead. With Technol.*, vol. 23, no. November 1995, pp. 40-42, 1995.



# La innovación educativa y la adecuación de los procesos formativos en el contexto de pandemia y distanciamiento social

## Educational innovation and the adaptation of training processes in the context of a pandemic and social distancing

## Innovation pédagogique et adaptation des processus de formation dans un contexte de pandémie et de distanciation sociale

ISABEL MARÍA GÓMEZ TRIGUEROS  
*Universidad de Alicante, España*  
*isabel.gomez@ua.es*

### Resumen

A fines del año 2019, en Wuhan (China), se reportaron los primeros casos de coronavirus. Pocas semanas más tarde, este virus se ha expandido a todos los países (Organización Mundial de la Salud, 2020).

Los gobiernos han respondido de diferentes maneras a esta pandemia: en algunos países se han impuesto medidas restrictivas como el distanciamiento social, prohibición de circulación dentro de países y el cierre de fronteras. En este contexto, varios gobiernos tomaron la decisión de interrumpir las clases presenciales en los diferentes niveles educativos.

La nueva situación nos lleva a nuevos desafíos: transitar la pandemia manteniendo clases sin sobrecargar a los diferentes actores; tratar de establecer un vínculo pedagógico de manera remota y estar atentos a lo que sucede alrededor en este contexto.

En esta comunicación se propone describir algunas de las soluciones educativas puestas en práctica por los países para continuar el proceso de enseñanza y

aprendizaje durante esta crisis. En concreto, para la formación de los futuros docentes en los estudios de Grado de Maestro/a de Primaria y de Máster del Profesorado de Secundaria.

**Palabras clave:** Formación del Profesorado; pandemia; metodologías interactivas; TIC.

## INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud (OMS) catalogó como pandemia global el brote de la enfermedad causada por el nuevo virus de la familia *Coronaviridae* denominado, internacionalmente, Covid-19, en marzo de 2020 (Red Nacional de Vigilancia Epidemiológica, 2020). Se trataba de una Emergencia Pública, a la vista de la rápida evolución de los contagios a escala nacional e internacional. Las autoridades sanitarias internacionales confeccionaron una guía a modo de plan estratégico de preparación y respuesta a la pandemia. En dicho documento se recogían las orientaciones necesarias para actuar en el estado generalizado de alarma (World Health Organization, 2020). Tales indicaciones se actualizaron, posteriormente, incorporando otras dirigidas a paliar problemas humanitarios, sociales y económicos.

El cierre de los centros educativos ha afectado al 94% de la población estudiantil mundial (UN, 2020). Este problema está siendo más acentuado en los países con menos recursos, incrementando las brechas de acceso y reduciendo las posibilidades de formación a estudiantes de poblaciones vulnerables. García Aretio (2021) señala que estos nuevos contextos de crisis pueden llevar a las poblaciones más pobres “a una pérdida de aprendizaje irrecuperable, empujar al abandono de muchos estudiantes o a la dificultad para reiniciar las tareas escolares futuras” (p. 10). En esta línea, la ONU señala que unos 24 millones de estudiantes de todos los niveles educativos podrían abandonar los estudios debido a dificultades económicas producidas por la pandemia.

Para el caso de España, el Gobierno publicó el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, focalizándose en “la protección de la salud y la seguridad ciudadana a partir del reforzamiento del sistema de salud pública, prevenir y contener el virus y mitigar el impacto sanitario, social y económico, limitando la libertad de circulación de las personas por la vía pública” (Rodicio-García et al., 2020, p. 104).

Para el ámbito educativo, este Real Decreto, en su artículo 9, explicitaba las medidas a seguir por las autoridades en materia educativa. De manera concreta, en el primer punto se señala la suspensión de la actividad educativa presencial en todos los centros y etapas, ciclos, grados, cursos y niveles de enseñanza contemplados en el artículo 3 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, incluida la enseñanza universitaria, así como cualesquiera otras actividades educativas o de formación impartidas en otros centros públicos o privados; el segundo punto señalaba la necesidad de continuar la formación a través de “(...) las modalidades a distancia y on-line, siempre que resulte posible”.. Como consecuencia de este nuevo y complicado contexto, esta crisis ha provocado que millones de estudiantes, de todos los niveles educativos, se hayan visto obligados a seguir el curso académico sin docencia presencial, acogiéndose a una amalgama de nomenclaturas que, en último término respondían a lo presencialidad en las aulas, transformando, en un breve periodo de tiempo, la docencia presencial a no presencial. Este hecho ha

supuesto un reto para las instituciones, los docentes y el alumnado. Las diferentes autoridades educativas han adoptado diferentes modelos en los que, en la mayoría de las ocasiones, se han limitado a hacer lo que se hacía antes en el aula, utilizando ahora diferentes plataformas virtuales. En un breve lapsus de tiempo, tuvieron que actuar, facilitando programas nacionales de educación a distancia mediante clases complementadas, posteriormente, por el profesorado, también en línea, desde los diferentes centros o desde sus domicilios. Las respuestas de los diferentes países, ha sido desigual, orientada hacia metodologías no presenciales, que permitiera reducir el impacto de la nueva normalidad.

No cabe duda de que esta pandemia ha generado un movimiento innovador en la educación, que ha ayudado a la búsqueda de soluciones educativas en época de confinamiento. Se puede decir que la pandemia se ha convertido en un catalizador para que las instituciones educativas de todo el mundo busquen soluciones innovadoras en un período de tiempo relativamente corto (World Economic Forum, 2020).

En consecuencia, el nuevo escenario plantea un abanico de cuestiones tales como: ¿cuenta el profesorado en activo con las competencias digitales y la formación adecuadas para llevar a cabo la transformación del aula presencial al aula virtual?, ¿y el alumnado, es capaz de seguir su formación en este nuevo sistema educativo virtual?, ¿se encuentra, el sistema educativo de los diferentes niveles educativos preparado para asumir este reto, atendiendo las aulas diversas y llegando a toda la ciudadanía?, ¿las medidas adoptadas son adecuadas?

Todas estas dudas, difíciles de disipar en unas cuantas páginas, sí que nos permiten reflexionar sobre aspectos clave, en la educación Covid-19 (y postcóvid-19); confirmar el riesgo latente, ya antes de la pandemia, de la brecha digital y de como ésta puede devenir en una “brecha de aprendizaje” (Cervantes, Gutiérrez, 2020).

## **ALGUNOS APUNTES SOBRE LAS FORMAS DE ADAPTACIÓN A LA EDUCACIÓN EN PANDEMIA**

En este trabajo nos hemos focalizado en la educación superior para poder concretar, de manera más exhaustiva, cómo y en qué medida, la pandemia ha afectado el proceso de formación de los futuros docentes. Se trata de el eslabón clave, en la cadena educativa de cualquier país y de su preparación depende la educación de la ciudadanía del mundo.

Si bien es cierto que son las universidades las instituciones educativas que menos han padecido la crisis de la transformación atropellada de una educación presencial a una educación virtual, también es tangible que la adecuación no fue igual para todas ellas ni para todos sus miembros. Muchas universidades ya contaban con plataformas digitales utilizadas, utilizadas como complemento para el desarrollo de su docencia presencial. Asimismo, el alumnado de estos centros, mayor de edad en la mayoría de los casos, hizo más viable un aprendizaje no presencial.

Por su parte, el profesorado en activo articuló diferentes acciones que le han permitido salvar la situación. Dependiendo del nivel de competencias digitales, los docentes adoptaron diferentes recursos, estrategias de aula y metodologías. Así, el profesorado menos experimentado se lanzó a la emisión sincrónica de sus clases, repitiendo el modelo de presencialidad a través de un dispositivo tecnológico; o asincrónica, con la



grabación de las sesiones para su posterior distribución en las plataformas creadas al efecto. En ambos casos, se trataba de repetir el modelo formativo presencial.

El profesorado con ciertas competencias digitales docentes, usuario de las Tecnologías del Aprendizaje y del Conocimiento (TAC), puso en práctica sus conocimientos y las posibilidades de las plataformas Digitales, redes sociales y predisposición de las autoridades educativas para su utilización en las aulas, para desarrollar su labor educativa online de forma más creativa y eficaz.

Algo similar ha sucedido con el alumnado—aunque éste se encontraba, en su mayoría, inmerso en acciones sociales y/o formativas, virtuales—pudiendo diferenciarse entre aquellos estudiantes que han contado con conexión regular a internet y a los dispositivos electrónicos (PC, Tablet, móvil) y que no han visto alterado su proceso de enseñanza-aprendizaje (E-A); y aquellos que han padecido la primera brecha digital por no disponer de ellos. Por otro lado, también se han producido situaciones de segunda brecha digital o *digital literacy* (Busquests, Calsina y Medina, 2015), mucho más grave que la primera y que se define como la ausencia de competencia digital. Veamos algunas puntualizaciones importantes sobre dicha conceptualización.

## LA BRECHA DIGITAL EN ESPAÑA EN EL CONTEXTO DE LA COVID-19

Los avances tecnológicos producidos desde los años setenta del siglo pasado han dado lugar a una auténtica revolución digital. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han traído consigo un nuevo entorno en el que es posible acceder, compartir y elaborar un gran volumen de información a escala mundial y en un tiempo impensable hace unos años. Este nuevo entorno, conocido como Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), está introduciendo grandes cambios en la producción y organización del trabajo, en los medios de comunicación, en la forma de hacer política, en la manera de identificar el desarrollo económico y social de un país (OCDE, 2018; AIMC, 2019) y en nuestra forma de relacionarnos (Caridad & Ayuso, 2011; Gómez, 2015). Tales transformaciones, producidas por el uso generalizado de las TIC, hacen imprescindible asegurar que toda la ciudadanía asuma una formación en este campo, lo cual implica, de manera especial, cambios en los sistemas educativos, tanto por lo que se refiere a metodologías de enseñanza-aprendizaje como a la formación del profesorado.

Tanto los gobiernos como las administraciones educativas proponen diversas acciones que se han ido plasmando en leyes, directivas y programas para, entre otros aspectos, lograr el acceso y la formación *en* y *con* tecnologías de la ciudadanía. Las condiciones sociales, económicas y tecnológicas se muestran indispensables para la consolidación de la economía del conocimiento, además de contribuir al desarrollo económico, social y cultural de los países, así como para ayudar a los individuos a alcanzar las metas y retos deseables en el ámbito profesional, laboral y académico que la sociedad demanda como condición indispensable en la escala de valores requeridos actualmente, necesidad ineludible de nuestra sociedad global.

De este modo, la UNESCO (2017) se presenta como promotora de la dimensión social de las TIC como elementos clave de la SIC. A través de diversas declaraciones (Declaraciones de Qingdao, 2015; 2017), apoya la elaboración de políticas nacionales y planes generales sobre el uso de las tecnologías en la educación, para ayudar a los gobiernos a aprovechar eficazmente el potencial de las TIC en los sistemas

educativos, con miras a alcanzar el *Objetivo de Desarrollo Sostenible 4* (ODS 4-Educación 2030). Por su parte, la UE se establecen una serie de programas de trabajo para el seguimiento de la educación y formación en Europa con la finalidad de garantizar el acceso de toda la ciudadanía a las TIC. Se diseñan así diversos programas como *i-2010* (2005-2009), seguido por el programa *Digital Agenda* (2010) y que se traduce en el ámbito de la educación en el programa *e-Learning* y, más recientemente, el *Plan de Acción de Educación Digital* (2018). Los objetivos centrales de todos ellos son, por un lado, facilitar equipos y programas informáticos educativos adecuados para lograr una mejor empleabilidad de las TIC y en el aprendizaje por medios electrónicos en la enseñanza y la formación y, de otro, promover la mejor utilización posible de las técnicas de enseñanza y aprendizaje innovadoras basadas en las tecnologías. Su aplicación en el Estado español se materializa en *Escuela 2.0*, iniciativa promovida por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y que se basa en diversos ejes de intervención como la creación de aulas digitales para dotar de recursos TIC al alumnado y a los centros; garantizar la conectividad a Internet y la interconectividad dentro del aula para todos los equipos; promover la formación del profesorado tanto en los aspectos tecnológicos como en los aspectos metodológicos y sociales de la integración de estos recursos en su práctica docente cotidiana; generar y facilitar el acceso a materiales digitales educativos ajustados a los diseños curriculares, tanto para el profesorado como para el alumnado y sus familias e implicar al alumnado y a las familias en la adquisición, custodia y uso de estos recursos. Cabe señalar que, actualmente, se ha abogado por acciones concretas que se han materializado en el *Marco Común de Competencia Digital Docente* (INTEF, 2017).

Todas estas acciones e intervenciones de las autoridades, nacionales, europeas y mundiales, ponen de relieve la imperiosa necesidad de reducir las brechas digitales existentes. Las investigaciones sobre brecha digital son prolíficas (Calderón, 2019; Manzano y Fernández-Mellizo, 2019; Gómez-Trigueros et al. 2021).

Todos ellos coinciden al señalar que se puede hablar de dos tipos de brecha digital: la primera, ocasionada por problemas *de acceso*; y la segunda, *de uso competencial*. Frente a la primera, se ha tratado de frenar promoviendo la accesibilidad universal a las tecnologías; en relación con la segunda, más compleja y difícil de eliminar, se está produciendo un claro movimiento formativo en competencias digitales de la ciudadanía.

En relación con los factores que explican las brechas digitales, se identifican tres grandes bloques (Van Dijk, 2017):

- a) la ausencia de infraestructuras apropiadas;
- b) la falta de conocimientos de informática y de habilidades necesarias para participar en la SIC;
- c) los aspectos socioculturales propios de los países, que afectan al desarrollo social, económico, cultural y personal: género, edad, bagaje cultural, ingresos familiares, profesión de los padres, entre otros.

En el contexto de la COVID-19, con el surgimiento del modelo virtual, el primer bloque (ausencia de infraestructuras) ha generado una mayor brecha digital. Muchos estudiantes, confinados en entornos rurales o en poblaciones pequeñas, han puesto de manifiesto la precariedad de la conexión a internet de determinadas áreas

espaciales. Se han detectado asimetrías en las formas de acceso atendiendo a la localización, dotación de servicios y recursos, etc. En el caso del segundo bloque, se ha detectado un elevado porcentaje de estudiantes a los que les faltan de habilidades o conocimientos digitales (INE, 2020). En la SIC, la expansión de las tecnologías es uno de los retos más importantes de la formación. La alfabetización digital obliga a formar a la ciudadanía en el manejo de estas herramientas, instrumentos indispensables en el ámbito laboral, educativo y de servicios (Salama, 2018; Gómez-Trigueros et al. 2021). Respecto los aspectos socioculturales, cabe señalar que la denominada cultura digital no encuentra su reflejo en la enseñanza que parece bifurcarse de la realidad existente. Con la pandemia, el paso de la presencialidad a la no presencialidad de las tecnologías, plataformas institucionales, redes, pantallas y datos, desafía a las viejas estructuras educativas. Esto puede generar un aumento de la brecha digital, con un uso precario de la tecnología en educación (Cobo, Narodowski, 2020).

### FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA DOCENCIA VIRTUAL

Como señalan algunas y algunos investigadores, una de las claves del confinamiento por la pandemia de la COVID-19, en educación, ha sido el de demostrar que los cambios en educación son posibles, “incluso cuando se trata de cambios absolutamente radicales” (García, 2021, p.14). Si bien, esta modificación en el proceso de E A ha sido forzoso y disruptivo, es imprescindible llevar a cabo una valoración analítica de aquellas debilidades detectadas y de las fortalezas resultantes de esta urgente y necesaria adaptación. En estos momentos, se hace complejo poder evaluar, de una manera completa, las consecuencias del viraje de los sistemas educativos. Muchas de las transformaciones hacia la docencia virtual, en tiempo récord, se contradice con el tiempo real necesario para hacerlo con unos requerimientos mínimos y de calidad (Hodges et al., 2020). Las universidades, en su mayoría, disponían, en marzo de 2019, de estructuras y recursos para la enseñanza online.

Aun así, pocas estaban realmente preparadas para implementar, en unos pocos meses, un modelo educativo plenamente digitalizado (u-Multirank, 2020). Las principales debilidades encontradas en estas prácticas educativas de emergencia y en remoto, han sido:

- a) no llegar a todo el alumnado por no disponer éste de conectividad o de recursos tecnológicos (ordenadores, teléfonos inteligentes, tabletas, etc.) para poder conectarse y seguir las clases;
- b) los problemas del ancho de banda de las instituciones con un gran número de estudiantes;
- c) la ausencia de feedback con el alumnado ante las transmisiones asíncronas y la escasa motivación de los estudiantes ante largas sesiones sin pausas y sin interacción;
- d) la sensación de abandono del alumnado ante la débil estructura tutorial, para la resolución de problemas académicos y técnicos (Gómez-Trigueros, 2020);
- e) la inseguridad de muchos docentes ante las tecnologías, generando problemas de transmisión de conocimientos y de comunicación con su alumnado, configurando materiales y unidades de trabajo extensísimas, poco o nada didácticas;

f) falta de apoyo técnico al profesorado poco diestro en el uso de las TIC y en el proceso de adecuación de la no presencialidad en sus clases;

g) graves errores en relación con los materiales transformados, directamente, de presenciales a “síncronos” o “asíncronos”, sin tener en cuenta la virtualidad y sus consecuencias;

h) desajustes y confusión en los procesos evaluativos, con propuestas disruptivas, confusas, poco objetivas e inadaptadas a la evaluación masiva en línea, con conflictos relacionados con la identificación fiable, calidad, igualdad, equidad, respeto a la privacidad, protección de datos, solidez de las infraestructuras tecnológicas, estructuras de los cuestionarios, formas de entrega, etc., entre otras cuestiones.

Se puede generalizar la sensación de todos los miembros de las comunidades educativas universitarias, de que la emergencia hizo imposible que la transición hacia una educación a distancia digital bien diseñada (Hodges et al., 2020). Se pasó por alto aspectos de formación del profesorado, de cualificación en competencias digitales y, lo más sangrante, de la “desconexión” de muchos estudiantes de esta novedosa forma de aprender.

Sin lugar a duda, este contexto de pandemia también alentó espíritus emprendedores, con interés por incluir las nuevas posibilidades técnicas-tecnológicas y metodológicas que ofrecía la docencia no presencial. Estos docentes, se convirtieron de forma radical, al estilo virtual, poniendo en práctica modelos y metodologías totalmente alejadas de la relación presencial entre docente y estudiante. Algunos de ellos pasaron del ataque frontal a la virtualidad a defender sus bondades. También, hubo profesorado universitario que descubrió los valores didácticos, hasta ahora invisibles, de las TIC aplicadas al contexto educativo; enriqueciendo sus propuestas de aula; combinando metodologías y recursos; etc. Tampoco faltaron aquellas y aquellos que diestros en el uso de docencia híbrida (presencial y virtual), apenas sufrió consecuencias con las directrices que marcaban las autoridades educativas de sus respectivos centros universitarios. Para este último grupo, cabe señalar que la situación del confinamiento se convirtió en una gran oportunidad para confirmarse en sus ideas y propuestas, hacer ver que la SIC tiene un claro componente tecnológico y que es imparable la necesidad de una profunda formación en competencias digitales docentes. Aunque, sin duda, las estructuras edificadas hasta el momento para hacer frente al tránsito de una docencia presencial a una totalmente virtual parecen necesitar unos contrafuertes más sólidos e importantes modificaciones de cara a las debilidades más arriba señaladas. Las instituciones educativas universitarias deben, tras esta caótica situación vivida con la COVID 19, repensar planes educativos que puedan enfrentar los desafíos que puedan aparecer (Johnson, Veletsianos y Seaman, 2020) para que la ciudadanía, estudiantes en formación, puedan continuar sus estudios en medio de cualquier situación.

## CONCLUSIONES

No cabe duda, como hemos indicado a lo largo de este artículo, que la pandemia de la COVID-19 ha tenido consecuencias en los procesos y acceso del alumnado a los aprendizajes. La formación en línea, virtual, sincrónica y asincrónica, se ha valido de

la tecnología para poder continuar con la tarea educativa. Si bien es sabido por todas y todos que por sí mismas, las TIC no garantizan el éxito educativo (Reich, 2020), no es menos cierto que, sin su presencia en las universidades y en las viviendas de los estudiantes, este proceso se habría detenido.

Echando la vista atrás (aunque, a fecha de hoy, se siguen manteniendo medidas sanitarias frente a la pandemia tales como el distanciamiento social o el uso de mascarillas en lugar cerrados como pueda ser un aula), se observan ciertos aspectos de esa docencia no presencial que han venido para quedarse priorizando el concepto de bimodalidad o aprendizajes híbridos. Entre tales elementos destacamos la importancia en la adecuada formación en competencias digitales docentes en la que todas las universidades se encuentran sumidas, promoviendo cursos de capacitación tecnológica de su profesorado. Eso sí, se trata de formación voluntaria, detectándose, todavía, algún que otro núcleo disidente, contrario a tal preparación. De igual forma, se ha procedido a la digitalización de los centros y facultades, con la presencia generalizada de tabletas, ordenadores, plataformas propias de cada universidad, etc. Por parte de los departamentos y áreas didácticas, se ha procedido a la adecuación de los programas docentes a la opción de presencialidad y trabajo en línea como una máxima en la autorización de tales currículos. Se ha prestado especial atención a la importancia de la evaluación formativa continua, relegando a un segundo plano otro tipo de evaluaciones o, lo que es lo mismo, propuestas convertibles, adaptadas a nuevos contextos sociales.

En definitiva, podemos concluir insistiendo en que la situación de pandemia de la COVID-19 ha generado un cambio en la educación y en la forma en la que producen los aprendizajes (Fox, et al., 2020) que ha regenerado la idea de renovación e innovación pedagógica. Se debe pues analizar, valorar y estudiar lo acaecido en la enseñanza universitaria (y en otros niveles educativos) como una oportunidad para: repensar las metodologías, las herramientas, las programaciones, los sistemas de evaluación, los espacios educativos, la percepción y el impacto de la E-A en el alumnado, la formación en competencias digitales de la ciudadanía y del profesorado, etc., con el objetivo central de llevar a cabo una enseñanza-formación de calidad y de equidad (Pedró, 2020), que reduzca las posibles desigualdades ya vividas. Es evidente que se abre un nuevo panorama que será necesario estudiar en el futuro si queremos llevar a cabo una formación adaptada a los cambios, con tecnología, inclusiva, que capacite a la ciudadanía de la SIC.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2019). Marco General de los Medios en España. Madrid: AIMC. Disponible en: [https://www.aimc.es/a1mc\\_c0nt3nt/uploads/2019/01/marco19.pdf](https://www.aimc.es/a1mc_c0nt3nt/uploads/2019/01/marco19.pdf) Consultado: 12-10-2021.
- Busquets, J., Calsina, M. y Medina, A. (2015). Ciento cincuenta conceptos de sociología. UOC.
- Calderón, D. C. (2019). Technological capital and digital divide among young people: An intersectional approach. *Journal of Youth Studies*, 22(7), 941-958. <https://doi.org/10.1080/13676261.2018.1559283>.

- Casado Martínez, C., Meneses Naranjo, J. y Sancho Vinuesa, T. (2016). ¿Cómo ven los alumnos de Primaria la profesión informática? Influencia del género y la percepción de su capacidad. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 49, 149-161.
- Cervantes, E. y Gutiérrez, P. R. (2020). Resistir la Covid-19. Intersecciones en la educación de Ciudad Juárez, México. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 9(3), 7-23.
- Cobo, C. y Narodowski, M. (2020). El incierto futuro de la educación escolar. *Tendencias Pedagógicas*, 35, 1-6. <https://doi.org/10.15366/tp2020.35.001>.
- García Aretio, L. (2021). COVID-19 y educación a distancia digital: preconfinamiento, confinamiento y posconfinamiento. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 24(1), 09-32. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.24.1.28080>.
- Gómez Trigueros, I.M. (2015). Proyecto a partir del modelo TPACK para desarrollar el aprendizaje de la Geografía en los estudios de Grado de Educación Primaria (Tesis Doctoral). Universidad de Alicante, Alicante.
- Gómez-Trigueros, I.M. (2021). Percepción del alumnado de postgrado en la tutorización de trabajos fin de grado y fin de máster. *Formación Universitaria*, 14(1), 195-206. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000100195>.
- Gómez-Trigueros, I.M.; Ortega-Sánchez, D., y García Cobas, R. (2021). Brecha digital de género y coeducación: claves conceptuales y orientaciones metodológicas. Aula Magna. Proyecto clave McGraw Hill.
- Hodges, C., Moore, S., Lockee, B., Trust, T., y Bond, A. (2020). La diferencia entre la enseñanza remota de emergencia y el aprendizaje en línea. *Educause Review*. <https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning>.
- IESALC-UNESCO (2020). El coronavirus-19 y la educación superior: impacto y recomendaciones. <https://cutt.ly/xdHJuhK> Consultado: 9-10-2021.
- INE (2019). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares. INE.
- INTEF (2017). Marco Común de Competencia Digital Docente. Madrid: Ministerio de Educación, Ciencia y Deportes. Disponible: [https://aprende.intef.es/sites/default/files/2018-05/2017\\_1020\\_Marco-Com%C3%BAAn-de-Competencia-Digital-Docente.pdf](https://aprende.intef.es/sites/default/files/2018-05/2017_1020_Marco-Com%C3%BAAn-de-Competencia-Digital-Docente.pdf) Consultado: 9-10-2021.
- Johnson, N., Veletsianos, G., y Seaman, J. (2020). U.S. Faculty and Administrators' Experiences and Approaches in the Early Weeks of the COVID-19 Pandemic. *Online Learning*, 24(2). <https://doi.org/10.24059/olj.v24i2.2285>.
- Manzano, D. y Fernández-Mellizo, M. (2019). Origen familiar, uso del tiempo y de las tecnologías de la información. *Revista Internacional de Sociología*, 77(3), 1-15. <https://doi.org/10.3989/ris.2019.77.3.17.165>.
- OCDE (2018). *OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2018: Adaptación a la perturbación tecnológica y social*. Paris: OECD Publishing. Disponible: [https://doi.org/10.1787/sti\\_in\\_outlook-2018-en](https://doi.org/10.1787/sti_in_outlook-2018-en). Consultado: 11-10-21.



- Pedró, F. (2020). COVID-19 y educación superior en América Latina y el Caribe: efectos, impactos y recomendaciones políticas. *Análisis Carolina*, <https://cutt.ly/sfytfUZ>. [https://doi.org/10.33960/AC\\_36.2020](https://doi.org/10.33960/AC_36.2020).
- Reich, J. (2020). *Failure to Disrupt. Why Technology Alone Can't Transform Education*. Harvard University Press.
- Rodicio-García, M<sup>a</sup>.L., Ríos-de-Deis, M<sup>a</sup>.P., Mosquera-Goninfluidor, J. y Penado Abilleira, M. (2020). La Brecha Digital en estudiantes españoles ante la crisis de la Covid-19. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 9(3e), 103–125. Doi: <https://doi.org/10.15366/riejs2020.9.3.006>.
- Salama, P. (2018). Nuevas tecnologías: ¿Bipolarización de empleos e ingresos del trabajo? *Problemas del Desarrollo*, 49(195), 3-25. <https://doi.org/10.22201/iiiec.20078951e.2018.195.64825>.
- u-Multirank (2020). About 60% of universities reported online learning provisions in their strategic planning pre-COVID-19, but only few appeared to be prepared for a quick shift to full online programmes. <https://cutt.ly/VfGDArk>.
- UN (2020). Policy Brief: Education during COVID-19 and beyond (August 2020). United Nations. <https://cutt.ly/bdHJEhX>.
- UNESCO (2017). Comunicado de Qingdao. Educación 2030. Disponible: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000253061> Consultado: 9– 10-2021.
- Van Dijk, J. (2017). Digital divide: Impact of access. En P. Rössler, C. A. Hoffner y L. Van Zoonen (Eds.), *The international encyclopedia of media effects* (pp. 1-11). John Wiley y Sons.
- World Economic Forum (2020). 3 ways the coronavirus pandemic could reshape education. <https://url2.cl/N3klw> Consultado: 9-10-2021.

# Incertitudes et innovation pédagogique en info-communication dans deux Universités de Madagascar

## Uncertainties and pedagogical innovation in info-communication in two Universities of Madagascar

## Incertidumbres e innovación pedagógica en infocomunicación en dos universidades de Madagascar

LUCIE RABAOVOLOLONA RAHARINIRINA

*Université d'Antananarivo ou UA, Madagascar*  
*lrabaovololona@gmail.com*

RIJA FENOSOA ANDRIANANTOANINA

*Université de l'Itasy ou UdI, Madagascar*  
*feno.andrianantoanina@gmail.com*

### **Abstract**

The paper deals with crisis management in the context of training about territorial communication in the Malagasy university environment. The reading is based on the experiences of the training team through a comparative study of two parallel levels at the campus of Ankatso, an urban area, and the campus of Itasy, a rural area. Indicators of local dynamics were observed during the health crisis from 2020 to 2021. This has led us to reflect on the possibility of innovation. Deciphering each element of uncertainty ends up with the reflection on expected transformations.

**Keywords:** crisis management, uncertainties, university pedagogical innovation, local dynamics, territorial communication, Madagascar.



## INTRODUCTION

La crise sanitaire qui prévaut actuellement amène les chercheurs à réfléchir sur l'innovation pédagogique, incontournable pour faire face aux défis éducatifs lors du vécu de covid-19. Ratompomalala et Razafimbelo (2021) affirment que *d'une part, la crise de la COVID-19 marque un point de non-retour de l'utilisation de la technologie dans l'éducation et la formation et d'autre part, elle nous encourage à valoriser et à institutionnaliser l'apprentissage à distance, particulièrement en milieu universitaire* malgré les contraintes économiques et technologiques auxquelles les étudiants malgaches sont confrontés.

Dans cette étude, l'interrogation porte sur comment gérer une crise de communication en se fondant sur l'acception que *dans le contexte où il y a incertitude, il y a possibilité d'action, de changement, de transformation* (Morin, 2010: 177 cité par Nson-sissa, 2011: 139-144). L'objectif est de comprendre les enjeux de communication pour une dynamique locale autour de l'adaptation des processus de formation en communication en contexte de distanciation sociale. Le plan comporte trois éléments principaux. Nous débuterons par la présentation du cas étudié, deux formations en info-communication dans deux campus de contextes différents à Madagascar. Viendra ensuite le décryptage du concept d'incertitudes à gérer en contexte de crises. Des éléments de transformations attendues clôtureront la communication.

## CAS ÉTUDIÉ: DEUX FORMATIONS EN COMMUNICATION À MADAGASCAR

La COMTE ou Communication Territoriale de l'UA est une offre de formation habilitée par le MESupReS ou Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche Scientifique à Madagascar depuis 2013. Sept formateurs sont titulaires de passeport TICE délivré par l'UA avec l'AUF ou Agence Universitaire de la Francophonie. L'équipe de formation est composée de quatre enseignants-chercheurs permanents, de chercheurs membres du CERCOM et de professionnels de médias. L'espace de travail se situe au Campus d'Ambohitsaina, une zone urbaine où l'accès au réseau Internet est facilité par les points wifi de l'institution et les cybercafés fonctionnels dans les quatre établissements de l'UA. Outre la documentation en ligne, la Bibliothèque Universitaire d'Ambohitsaina donne accès aux documents physiques pour aider la communauté universitaire à se mettre à jour scientifiquement. Les étudiants de la COMTE ont spécifiquement à leur disposition une salle pour le travail de groupe avant ou après les cours et un centre de ressources sur la communication et droits de l'enfant pouvant accueillir jusqu'à une trentaine d'étudiants pour des séances d'échange en présentiel.

La COMTE de l'UdI est une formation de grade Licence qui s'inscrivait autrefois dans le même dossier d'habilitation que la Mention d'Ambohitsaina mais délocalisée suite à une forte demande des organismes intervenants dans la région Itasy. Le campus d'Itasy est situé dans la commune rurale d'Ambohidanerana à 145 km à l'ouest d'Antananarivo. L'objectif est de promouvoir des jeunes diplômés en communication pour animer les collectivités territoriales décentralisées et faciliter les projets de proximité. Depuis 2017, chaque promotion participe pleinement à un projet territorial à titre de stage encadré (académique) et tutoré par une équipe de

professionnelle. Un seul point d'accès wifi de l'institution permet aux étudiants de la COMTE de se connecter. Au campus ou dans leur quartier, aucun cybercafé n'est implanté. Le partage de connexion via la téléphonie mobile demeure la plus pratique en termes d'accès au contenu publié en ligne. L'équipe de formation est composée d'une enseignante permanente appuyée par cinq enseignants en mobilité à titre de vacataires dont des chercheurs du CERCOM, de bénévoles natifs d'Itasy qui ont des sentiments d'appartenance au territoire.

En 2020, l'innovation pédagogique prévue par le Parcours COMTE de l'UdI, suite au projet d'échange interuniversitaire avec l'Université de Liège – Belgique, consistait en l'adoption d'un dispositif de formation adaptée aux besoins de la société. Sa mise en œuvre coïncida avec le début de la crise sanitaire. L'innovation pédagogique en milieu universitaire s'imposa alors car la situation exige la distanciation sociale. L'espace physique habituel pour les séances en présentiel étant devenu inaccessible, le distanciel a pris la place. Ce fut une occasion pour l'équipe de formation de mettre en pratique leurs compétences en TICE par l'adoption du modèle interactif.

## INDICATEURS DE DYNAMIQUE LOCALE

La motivation des étudiants pour cette option s'est manifestée par la création de plateforme pour la mise en commun des supports pédagogiques et le suivi des rendus. A l'exemple de celle de *Valilearning*, cette plateforme offre un système de gestion d'apprentissage basé sur le *cloud* qui permet une formation en *e-learning* en tant qu'alternative à l'enseignement supérieur en présentiel. Ce dynamisme se confirme également par la création de ressource documentaire. Cette ressource contient des documents de synthèses vidéo de 3 à 5mn à l'initiative des étudiants ou des enregistrements audio pour permettre à leurs camarades qui n'ont pas pu suivre le direct d'accéder au contenu commun. Le support est à partager en fonction de la disponibilité et suivant la possibilité de déplacement pour ceux qui sont dans la ville d'Antananarivo.

Les vécus de ceux qui sont obligés de rejoindre leurs villages respectifs en contexte de crise sanitaire sont différents de ceux qui sont restés en milieu urbain. En milieu rural, les contraintes technologiques et les problèmes financiers ont développé la résilience des étudiants (E. Bouteyre, 2010). Pour éviter le risque de rater une année universitaire et pour maintenir le lien avec le monde académique, l'accès aux cours en distanciel a été organisé par ceux qui sont issus du même village. En contexte de distanciation sociale, l'organisation consiste à envoyer quelqu'un dans un lieu où le téléphone capte mieux le réseau Internet (montagne ou village voisin) pour s'informer sur la programmation des séances en ligne avec la durée de l'intervention et le nombre d'intervenants. Pour pouvoir suivre chaque séance, les dépenses communes incluant la location d'un téléphone ou de l'ordinateur portable, l'achat de crédits pour la connexion, l'enregistrement et le transfert vers des clés USB sont départagées entre les membres du groupe local. L'usage de l'application de transfert de type Xender est devenu pratique. Il y a aussi ceux qui s'assument individuellement pour s'accrocher au monde universitaire (impression et/ou photocopies de documents, forfait Internet, négociation pour la mise à disposition d'un ordinateur ou à défaut, pour la location d'ordinateur). En même temps, ces étudiants du milieu rural étaient obligés de suivre des cours à distance et contraints d'aider leurs parents pour les activités de transformation des produits agricoles afin d'éviter le risque de

perte des produits stockés involontairement suite au problème de circulation des biens et des produits à cause de la pandémie. Aussi, ils tentent de suivre sans interruption les cours et de survivre.

Du côté des enseignants, l'engagement et l'implication sont justifiés par le nombre accru des conversations en ligne orientées vers le comment gérer la communication avec les étudiants pour une classe dynamique. Des échanges entre les enseignants et avec les étudiants sont rendus possibles grâce aux réseaux d'enseignants connectés (F. Cros, 2019).

Pour ce qui est de l'institution, la décision politique tend vers la validation des dispositifs hybrides. Les cours dispensés en ligne via les réseaux sociaux et autres dispositifs technologiques, les évaluations par semestre ainsi que les examens finaux qui se sont déroulés en distanciel ont été reconnus.

La dynamique locale a permis aux acteurs des formations universitaires d'adopter de nouvelles manières d'enseigner ou d'apprendre. L'usage du terme «nouvelles» renvoie-t-il à la notion d'innovation?

## INNOVATION PÉDAGOGIQUE UNIVERSITAIRE: NOTIONS ET CONCEPTS

Badillo J.-Y (2013) dans sa théorie de l'innovation met l'accent sur la nuance entre les deux modèles communicationnels. Même avec le recours à la «nouvelle» technologie, l'auteur a mis en garde en ce qui concerne l'approche pour ne pas revenir sur le modèle linéaire. L'expérience pourrait confirmer ou non si pendant les séances virtuelles en direct (live sur Facebook), la tendance était plutôt vers l'unidirectionnelle dans le cas où les agir des étudiants se résument à noter et retenir les concepts mobilisés par l'enseignant.e. Que ce soit avec l'application Whatsapp ou Zoom, avec leurs différentes options et fonctionnalités, la possibilité d'interagir avec les participants est conditionnée par l'appropriation technologique et les limites de la couverture de réseau Internet. Le débroussaillage terminologique déjà développé par Cros (2019) éclaire sur les quatre invariants qui conditionnent la compréhension des divers sens de l'innovation. Dans cette étude, il s'agit d'une «nouvelle pratique» dictée par le système et conditionnée par plusieurs enjeux de formation universitaire.

## LES DÉTERMINANTS DE L'ADAPTATION DU PROCESSUS DE L'ENSEIGNEMENT À DISTANCIEL

De l'espace physique au virtuel, le budget alloué pour réaliser les cours, le temps assigné ainsi que l'énergie à dépenser sont à comptabiliser pour mesurer **les enjeux économiques**. Pour les étudiants, le temps de faire le va-et-vient entre le domicile et le campus semble être un gain ou un avantage. Cependant le frais de connexion privée et autres dépenses indispensables pour les cours en distanciel s'élèvent au double, voire même au triple de la dépense d'avant la crise COVID-19.

Du côté de l'enseignant, s'ajoutent aux heures de préparation des cours le temps accordé aux essais techniques avec les étudiants. Des tests de débit de connexion en commençant par la visioconférence avec zoom ou live via Facebook, dans des groupes privés créés par parcours ou seulement pour l'EC, en passant par messenger groupé ou appel vidéo sur whatsapp pour revenir sur zoom ou live facebook selon

la stabilité de la connexion. Pour ceux qui ont adopté les bonnes pratiques proposées par Docq (2020), comptons comme additionnels, le temps et l'énergie pour *les interactions des étudiant.es en ligne avec le contenu*.

**Les enjeux technologiques.** Chez les étudiants, l'usage de la technologie provoque une situation d'exclusion pour ceux qui habitent dans les zones non couvertes par le réseau Internet. Mise à part la connexion, la disponibilité de matériels est un obstacle non négligeable. Disposer d'un ordinateur ou d'un téléphone par achat ou location est conditionné par les moyens financiers. La compétence technologique en elle-même ne s'acquiert qu'avec la formation et la pratique.

**Les enjeux linguistiques et langagiers.** Pour faciliter la transmission du cours, le partage et l'échange dans un nouvel environnement de travail, l'effort de l'enseignant pour assurer la compréhension des étudiants se manifeste à travers des négociations sur les outils linguistique et langagier à adopter. Si dans le contexte d'enseignement théorique en face à face, l'usage du français ou du malgache est de rigueur. Pour le cours en distanciel, le mélange linguistique est négocié par les étudiants pour mieux gérer et le temps et l'accès au contenu. En général, la pratique de l'enseignant peut se résumer ainsi: le cours préparé en langue française, expliqué en malgache avec des documents bilingues en appui. Mais le choix du langage pourrait compromettre l'acquisition des compétences communicatives langagières chez l'étudiant. De plus, les effets des médias pour la maîtrise des langues deviennent problématiques. Les interventions médiatiques des professionnels de santé, des représentants institutionnels ou associatifs avec leurs pratiques linguistiques respectives n'aident pas l'équipe pédagogique à cadrer les étudiants à choisir une langue et de ne pas procéder au mélange linguistique dans une situation de communication. La rigueur langagière en contexte pédagogique n'est pas la même qu'en communication via les réseaux sociaux. L'enjeu est de taille quand on utilise les réseaux sociaux à des fins pédagogiques. Le choix de langues dans une discussion où les règles grammaticales ne sont pas respectées met les étudiants dans un contexte de correspondance en libre accès alors qu'ils sont en formation universitaire. C'est une question à la fois scientifique et pratique, voire même éthique car en lien avec écologie des langues (langue véhiculaire/nationale).

La crise sanitaire en appelle une autre, la crise de communication. En contexte de crises, la mise en œuvre de l'innovation pédagogique engendre une question d'incertitudes à triple entrées.

## LES INCERTITUDES À TRIPLE ENTRÉES

Les incertitudes s'expriment à travers trois questions.

### INCERTITUDE 1: COMMENT S'APPROPRIER D'UN ENSEIGNEMENT À DISTANCE DANS UN CONTEXTE DE TRADITIONS ÉCRITE ET ORALE?

Le premier test de l'usage du numérique en contexte de formation universitaire se fait dès la première année d'études supérieures. Les activités de l'EC «Initiation à la vie universitaire» offrent à chaque étudiant l'opportunité de découvrir le campus virtuel, d'intégrer la communauté universitaire regroupant l'ensemble des acteurs de la formation en Communication. La fiche pédagogique est à remplir via Google

forms et à envoyer par courrier électronique. Les pratiques au quotidien renforcent systématiquement les compétences technologiques car l'information sur l'emploi du temps et l'envoi des documents à lire pour chaque UE se font sur Facebook via des groupes créés à cet effet.

Le choix d'intégrer une formation au campus traditionnel, à l'inverse de la FOAD (Rakotomahenina, 2021), permet de comprendre le profil des étudiants en communication et dynamique locale. Le choix de s'inscrire à la Mention *Communication* au campus d'Ambohitsaina ou au campus d'Itasy est raisonné. Etant admis par voie d'examen et sélectionnés pour suivre des cours présentiels, ces étudiants s'attendent à ce qu'ils travaillent à la fois en intra-muros et en extra-muros selon les conditions qu'ils ont connues au préalable, éventuellement, lors du salon de l'étudiant ou par la bouche à oreille. Adopter le numérique comme espace réel pour l'apprentissage et adapter le quotidien de sa vie en fonction de l'accès au réseau numérique présentent des contraintes et des limites à dépasser. Un sondage auprès des étudiants en L3 au titre de l'année universitaire 2021 illustre les contraintes, les doutes et les hésitations qui caractérisent l'incertitude liée à l'appropriation d'un enseignement en distanciel. Dans la présentation des résultats de sondage, nous optons pour deux abréviations pour spécifier les deux campus: CA pour les étudiants du campus d'Ambohitsaina et CI pour ceux qui sont inscrits à Itasy.

Tableau présentant l'extrait des résultats de sondage.

Éléments de question	Choix de réponses	Sur 60 CA	Sur 30 CI	Sur 90
Types d'accès à Internet	Données mobiles	45	28	73
	cybercafé	18	00	18
	Wifi (fibre Telma ou autres)	07	00	07
Outils accessibles	Option live Facebook	44	03	47
	Option Zoom	16	25	41
Prêts à revivre le distanciel	oui	41	28	62
	non	14	00	14
Meilleure concentration	en présentiel	49	22	67
	en distanciel	03	05	08
	ne change en rien	02	01	03

Auteurs, 2021.

Parmi les 60CA et 30 CI répondants, le choix délibéré des 44CA et 03CI pour le live Facebook est avant tout d'ordre économique car avec un forfait Faceboba, ils peuvent suivre la séance à moindre coût et que cette option n'exclut pas la possibilité de discuter ultérieurement, individuellement ou en groupe en message privé ou MP, avec l'enseignant pour d'éventuelles questions. La question de proximité relationnelle se mesure par la possibilité de communiquer de manière synchrone ou asynchrone, en public ou en privé, sous condition que l'enseignant l'autorise.

Pour les 25CI et 16CA, les cours en visio par zoom leur permettent de discuter de vive voix avec l'enseignant. La transférabilité du concept de discussion face à face comme dans l'espace physique habituel, même en distanciel, justifie le choix. Avec l'espace virtuel, l'interaction avec les enseignants semble limitée par la distance physique. Le live Facebook limite la possibilité d'entrer en contact avec l'intervenant pendant la séance car l'écrit s'avère être le seul moyen restant. Comme c'est à Madagascar, entre s'exprimer à l'oral et à l'écrit pendant un cours, l'objet d'hésitations réside dans la formulation des dires par écrit pour une société à tradition orale. Il en est de même pour l'engagement d'une discussion sur le sujet abordé. Non seulement le comportement langagier lié aux normes de l'écrit entre en jeu mais il y a également la gestion du contenu conjugué avec le facteur temps et le cadre formel d'un cours. Elle devient un obstacle pour agir en tant qu'étudiant en communication dans le cas où la formulation des phrases par écrit nécessite plus de temps de préparation qu'à l'oral.

41CA et 28CI sont fin prêts à revivre l'aventure de cours en ligne en contexte de distanciation sociale tandis que 14 CA ne le sont pas. Malgré leur volonté d'adopter le numérique comme espace de travail en cette situation de crises, le doute s'installe si nous comparons le présentiel et le distanciel car la meilleure concentration demeure en présentiel pour 49CA et 22CI. La reconnexion automatique à chaque fois que la qualité de la connexion Internet se dégrade constitue une des raisons de cette appréhension. L'interruption réduit l'attention. Le risque de ne plus être reconnecté à la séance est encore fort probable dans la plupart des cas. Pour un certain nombre, l'écrit via mailing ou le texto semble le plus pratique pour tenter de verbaliser sa demande de reconnexion à la séance. Le retour à la séance en cours est donc incertain.

## INCERTITUDE 2: QUEL FORMAT ET QUEL CONTENU EN TERMES DE PRATIQUES D'ENCADREMENT DES ACTIVITÉS DE TERRAIN OU DE SUIVI DE STAGE?

Mises à part les cours théoriques et les TD, les activités de terrain et le stage font partie intégrante des activités pédagogiques dès la première année en communication. La conception d'un répertoire cartographique des entreprises agricoles et para agricoles dans le cadre du projet FAR-Itasy nous sert d'exemple parmi les expériences.

Il s'agit d'un stage collectif auquel 16CI et 3CA ont participé pendant la période de crise sanitaire allant de mars 2021 à juillet 2021. L'encadrement se fait par groupe. Un groupe est constitué d'un tuteur, 1CA, niveau Master et de 3 ou 4 CI niveau L3. La mise en commun de la méthodologie est assurée par un encadreur académique en collaboration avec des tuteurs issus du monde professionnel et d'un comité de pilotage composé de représentants des institutions régionales.

En ce qui concerne le format, il s'agit d'un stage en village avec des circuits internes pour respecter les mesures sanitaires. Les entreprises partenaires de stage relèvent de celles qui travaillent dans le domaine agricole et para agricole. Mises à part la formation suivie et la connaissance du site, la familiarisation avec les méthodes d'approches constituent des critères de profilage des stagiaires.



Le contenu se fonde sur l'étude de mise en place de réseaux d'entreprises agricoles avec les réseaux de formation agricole et rurale. L'appropriation des outils technologiques de collecte et de traitement de données ainsi que la conception du livrable, un répertoire cartographique des entreprises agricoles et para-agricoles, font partie des acquis à évaluer. L'outil de gestion du protocole de stage avec le respect du calendrier de réalisation a été aussi confié aux stagiaires.

La pratique d'encadrement de stage se fait virtuellement avec des outils technologiques conçus et validés par l'ensemble des parties prenantes. Logiquement, si les conditions techniques, matérielles et financières sont favorables et que la dynamique des acteurs du projet de stage collectif est réelle, le dispositif est nécessairement fonctionnel. Cependant, d'autres facteurs externes qualifiés d'urgence pourraient impacter le dispositif de stage. En période de crise sanitaire, du fait de la fréquence de son utilisation, le mot «urgence» devient le mot maître dans la priorisation des projets territoriaux. Suite à son instrumentalisation dans la communication institutionnelle, des doutes et des hésitations s'installent à chaque prise de décision pour fixer les dates de réunions de validation de chaque étape de stage réalisée jusqu'à la restitution finale. Il en est de même pour le format de l'encadrement tenant compte de la gestion des disponibilités respectives de chaque membre de l'équipe d'encadrement de stage. La représentante de l'institution universitaire, les représentants des CTD et des services déconcentrés doivent gérer l'incertitude à chaque fois. Malgré la familiarisation avec les outils technologiques, le report des dates, suite au chevauchement des calendriers respectifs, impacte sur le format et le contenu à discuter.

Du côté des étudiants, l'incertitude émerge de l'interaction entre les différents systèmes au niveau macro, méso et micro car les partenaires de stage en COMTE au niveau local sont confrontés au même problème. Pour illustration, au niveau macro, le projet gouvernemental sur la digitalisation de l'administration territoriale, dont l'enseignement supérieur, prononcé dans un discours officiel a été qualifié à priori comme urgent. L'information a été traitée par les professionnels des médias. L'effet d'annonce a impacté sur l'organisation locale du fait qu'il a reçu diverses interprétations et est remis en forme à chaque fois par divers acteurs de médias sociaux. Au niveau méso, l'abondance des informations et la désinformation rendent difficile la gestion de l'information elle-même. L'information sur la crise sanitaire, les informations administratives sur la bourse d'étude en lien avec la digitalisation concernent principalement les étudiants. A distance, il devient difficile de gérer les réalités dans les sites où les étudiants ont été submergés par les informations qui circulent dans les réseaux sociaux, leur principale source d'information. Leurs réseaux d'information respectifs (de connaissance, familial) rendent floue l'information rapportée et la rumeur prend le pas. L'absence d'information opérationnelle se ressent au niveau micro. La venue en nombre des étudiants pour s'inscrire en numérique semblent confirmer les dires officiels compte tenu du poids de l'information sur la digitalisation des services publics. La collaboration avec les CTD locales supposées travailler avec l'équipe de formation pour l'opérationnalisation du stage est ainsi perturbée. La difficulté dans la coordination des actions entre l'administration de l'institution universitaire et l'équipe du projet présidentiel a des effets sur la gestion de l'incertitude.

Malgré la performance des outils technologiques pour s'informer, pour collecter les données, pour communiquer entre les membres de l'équipe d'encadrement, la

situation de crise sanitaire, avec ses mesures de restriction, limite la possibilité de recouper les informations qui ne se fait désormais que virtuellement en contexte de distanciation sociale. Des décisions en va-et-vient virtuel ralentissent la réalisation du stage. La planification via les outils technologiques n'a pas de sens si à chaque fois, des dates se chevauchent pour d'autres réunions imposées par le système en vue de la coordination en parallèle des projets en interne et en externe. Des facteurs externes sont à prendre en considération mais quand il s'agit de crise sanitaire, des hésitations ne font qu'empirer la situation (crise de communication institutionnelle engendrée par la désinformation et la crise sanitaire).

Dans une situation où le fonctionnement des microsystèmes en pleine période de crise sanitaire dépend aussi des autres incertitudes au niveau méso et macro, la conduite d'un projet de stage en Communication pour faciliter les projets territoriaux remet en question la capacité de travailler en distanciel. Le système d'évaluation de stage constitue un objet de réflexion. Il relève de la responsabilité de chaque composante de ressources humaines d'y contribuer.

### INCERTITUDE 3: QUELS PROFILS DE RESSOURCES HUMAINES POUR GÉRER À LA FOIS LES OUTILS DU DISTANCIEL ET LE CONTENU POUR QUE LA DISTANCIATION SOCIALE NE FRAGILISE PAS LE RELATIONNEL ET ANTICIPER LES BESOINS EN TERMES DE GESTION DE CRISES?

Pour définir le profil des ressources humaines dans la concrétisation de l'innovation pédagogique universitaire, catégorisons en deux les ressources humaines selon les interventions dans la formation: il y a d'abord ceux qui prennent part pour assurer les cours théoriques et les travaux dirigés. Ensuite, viennent ceux qui s'occupent des activités de terrain et le stage.

Dans la première catégorie, il est logique de se référer aux activités complémentaires stipulées dans l'article 2 de la loi 95-023 portant statut des Enseignants et Chercheurs de l'Enseignement Supérieur. Pour assurer les cours théoriques, l'enseignant travaille de concert avec l'administration. La gestion des outils du distanciel et le contenu relève de la responsabilité de l'enseignant. Un enseignant est donc celui qui gère les interactions avec l'étudiant et en même temps s'approprie lui-même des outils numériques pour mener à bien la mission d'enseignement à distance. Dans cette logique, un des profils attendus est sa capacité d'anticiper les besoins des étudiants pour plus de motivations. Selon le sondage, 53CA et 18CI soutiennent l'idée que l'accès au contenu des cours en ligne est facilité si on utilise des supports tels que des slides, des vidéo à lire avant chaque séance. Les étudiants sont plus motivés quand le choix d'outils favorise l'interaction entre l'enseignant et l'étudiant. A l'exemple de Zoom, la fonctionnalité «partage d'écran» facilite la visualisation des repères de discussion animée par l'enseignant et permet de voir la carte conceptuelle préparée par les étudiants pour l'évaluation de leurs acquis respectifs. L'outil vient en aide aux deux parties.

Ainsi, la capacité de gérer la situation demande un profil particulier répondant aux critères d'un enseignant ayant acquis la culture numérique. Comme exemple, pour éviter que l'étudiant soit exclu de la séance, il y a des habitudes à créer. Il s'agit de vérifier si ceux qui tentent de se reconnecter après un problème de connexion



ont passé à l'écrit par courriel pour une demande d'accès à la séance. Aussi, il faut vérifier systématiquement s'il y a des questions en attente en version écrite des participants en ligne tout en assurant en parallèle l'intervention orale. Tout cela demande à l'enseignant des compétences technologiques et organisationnelles en plus de ses compétences scientifiques classiques, avec une habileté à réfléchir sur les éléments de réponse à avancer.

L'interaction avec le contenu n'est pas seulement conditionnée par la culture numérique de l'enseignant mais dépend de la capacité d'anticipation de besoin des étudiants et de gérer les conversations en MP et dans les groupes de discussion privés. Pour un étudiant, écrire en commentaire dans un live présente un risque de ne pas être pris en compte, surtout quand des commentaires arrivent en même temps (pour 12CI). Revenir en MP sur les questions déjà posées en commentaire est fréquent. Le modèle de conversation via les réseaux sociaux remet en question le choix de langage adopté dans un contexte de cours académique. Chez l'étudiant, l'engagement entre la prise de parole en public et écrire en commentaire n'est pas le même. L'interaction verbale dans un cadre formel, une séance de cours en distanciel ou dans un amphithéâtre, est à distinguer du non formel en privé. L'alternative qui s'offre aux étudiants est le message via la téléphonie mobile, le mailing ou le contact individuel sur whatsapp. L'habileté à recourir au cross-médias est plus qu'utile si cette pratique est jugée admissible par l'enseignant.

## **PROFIL DE RESSOURCES HUMAINES POUR L'OPÉRATIONNALISATION DE STAGE**

En contexte de distanciation sociale, le stage en COMTE pourrait être durable s'il est organisé avec et pour les organisations locales. Il prend la forme d'un stage pour appuyer les initiatives locales en termes d'entreprendre. Le profil se comprend à travers les détails de l'expérience avec des résultats tangibles. Pour assurer l'opérationnalisation du stage, l'enseignant responsable se charge de la mise en place d'un stage et de la conception d'un dispositif d'encadrement et de suivi-évaluation de stage. Ce dernier est conçu pour une dynamique de l'organisation en réseau en référence en l'approche des innovations développée par M. Callon et B. Latour (1999). Il est constitué d'acteurs humains et non humains, selon les outils méthodologiques proposés dans la théorie de l'acteur-réseau (B. Latour et al., 2010). En ce qui concerne les acteurs humains en réseau, il y a l'encadreur académique de stage, le technicien de l'OpenStreetMap Madagascar soutenu par la cellule SIG de la région Itasy, mobilisé en tant que tuteur professionnel, et la Coopération Décentralisée Nouvelle Aquitaine – Itasy qui représente les partenaires de formation universitaire pour le suivi-évaluation du stage. Leur intervention s'est étalée pendant les phases du projet de stage allant de la préparation, de la réalisation jusqu'à la livraison du rendu final. Le promoteur de stage s'est positionné comme gestionnaire principal du projet en collaboration avec le responsable de la COMTE. Quant aux acteurs non humains, ils sont composés de la plateforme doodle pour organiser les réunions en ligne, de Google avec ses applications – Gmail, Drive, Docs, Sheets pour la gestion collaborative des activités selon le chronogramme convenu. D'autres logiciels et applications les complètent. Il y a OSMand pour la collecte de données cartographiques, le QGIS pour la présentation graphique de données hors ligne. Le budget incluant des

crédits de téléphone, des frais de connexion et de dispositif covid-19 a été négocié avec les partenaires territoriaux avec un fichier Excel pour le suivi des dépenses et les points d'accès Internet ont été identifiés.

La maîtrise de l'action de «gérer» constitue un des éléments de profil des ressources humaines de l'encadrement de stage. De la négociation du partenariat à la réalisation de l'encadrement, il s'agit de gérer les relations entre l'ensemble des acteurs du stage. Il y a également la gestion des outils technologiques pour une meilleure coordination de l'activité de suivi-évaluation de stage.

A l'issue de l'expérience pendant la crise sanitaire covid-19, gérer l'incertitude inclut la capacité d'anticipation des comportements des étudiants stagiaires face à la désinformation. Des compétences technologiques et organisationnelles sont requises. Chaque profil se définit également avec des attitudes à adopter pour gérer les crises de communication en cas d'asymétrie d'information entre les acteurs du stage. La résilience demeure l'élément clé pour parfaire le profil, compte tenu de toutes les charges de travail pour arriver à conclure un partenariat avec divers acteurs mobilisés. L'incertitude repose alors sur la question de pérennisation de cette pratique au vu de l'effectif (peu nombreux) de l'équipe de formation. Ainsi des questions urgentes se posent: quels profils complémentaires pour gérer tous les détails de différentes incertitudes? Jusqu'où l'instrumentalisation du terme «urgence» vient influencer les partenaires de stage et perturber les dispositions prises pour la bonne conduite de l'encadrement de stage?

## LES TRANSFORMATIONS ATTENDUES

*Nous devons vivre avec l'incertitude* (Morin, 2020) et en même temps penser au changement, à la possibilité d'agir si on veut voir se réaliser les transformations attendues pour relever le défi éducatif à l'ère de covid-19. Cette possibilité d'agir concerne les trois acteurs principaux de l'enseignement supérieur, à savoir l'étudiant, l'enseignant-chercheur et l'institution.

## L'AGIR DE L'ÉTUDIANT

La proposition d'une plateforme d'apprentissage et la résilience face aux contraintes technologiques témoignent déjà de la motivation des étudiants à suivre l'enseignement à distance. Selon l'approche socioconstructiviste, il est attendu des étudiants de construire leur savoir en fonction des interactions avec l'équipe de formation et de son environnement matériel et culturel. Cet agir de l'étudiant trouve sa légitimité pour avancer dans la réalisation des cours, même en situation d'urgence sanitaire. A la lecture des résultats de sondage, des compétences technologiques et organisationnelles pendant la crise covid-19 sont en cours d'acquisition pour 38CA et 12CI. Un des exploits des étudiants pendant l'expérience de cours à distance est l'intégration dans des communautés virtuelles pour développer les réseaux d'information. Une des transformations attendues est donc que le sentiment d'appartenance à des communautés d'étudiants développe le goût de la recherche, de partage de contenu et de documents pour construire ensemble des savoirs et des projets de vie universitaire. Le risque encouru pour cette transformation repose sur le plagiat volontaire ou non et l'autonomie matérielle.

A propos de l'éthique: exploiter le numérique favoriserait le recours au plagiat et cela pourrait dévaloriser l'enseignement en ligne. Il est facile de copier des phrases, un extrait de texte pour alimenter une discussion ou argumenter un sujet d'étude. Prendre des notes, réécrire ce qui est retenu de l'enseignant lors d'un cours devient pratique pour l'étudiant. Une fois que le contenu est acquis, l'idée que l'étudiant se fixe est qu'il s'est approprié d'un contenu. Le risque de l'utilisation de ce contenu tel qu'il a été noté, sans mention des sources, rentre dans le cadre de plagiat (Simonnot, 2014). Cet auteur a déjà signalé ce phénomène dans les Universités en France. Dans le cas malgache, les enjeux linguistiques de l'enseignement en ligne rendent cette pratique plus commode. La plus fréquente que nous avons constatée dans les productions qualifiées d'«universitaires» est la traduction des textes ou d'une citation du français vers le malgache. Dans le domaine de la communication médiatique, des cas ont été signalés mainte fois que des actions concrètes ont été initiées pour sensibiliser les jeunes à vérifier et à rapporter la source de leur citation à chaque fois. La page Facebook Factivistes créée par des anciens étudiants de l'UA depuis le mois d'avril 2020 constitue un exemple d'agir. Cette action justifie que cette tentative d'apporter quelque chose pour les étudiants par les étudiants tend vers des transformations durables et pas seulement pendant la crise. L'objectif est dans un premier temps d'éviter les risques de plagiat mais dans un second temps, il s'agit d'un appel à création, d'un appel à produire, bref d'adopter la culture numérique pour accéder aux savoirs en partage et de produire des savoirs à partager (productions scientifiques suivant les normes).

### QU'EN EST-IL DE L'AGIR DE L'ENSEIGNANT?

Les étudiants ne sont pas les seuls concernés par la question éthique (Simonnot, 2014). On repère aussi des pratiques plagiaires du côté de certains enseignants-chercheurs. Le contexte de covid-19 a réduit le nombre de mobilité des enseignants chercheurs pour une mission d'enseignement, voire honorer leurs obligations de service. La gestion du temps devient compliquée que une des solutions des enseignants est de fournir des textes, des audiovisuels à titre de supports de cours. Ainsi, le contenu proprement dit de ces supports remplace les enseignants devant leurs étudiants. Il est donc question de la production de contenu elle-même. D'ailleurs, les cours en ligne obligent les enseignants à donner plus que d'habitude en présentiel pour rassurer les étudiants que les cours en ligne sont intéressants autant que les cours en salle. Les raisons sont simples, les efforts déployés par les étudiants face aux enjeux technologiques et enjeux économiques les contraignent à chercher davantage à avoir plus de ressources mobilisables. Cela devient une pression et demande à l'enseignant de fournir plus de contenus. La tendance est de pouvoir mettre à disposition des étudiants plus de variétés d'exemples pour assurer la meilleure compréhension des cours. A force d'exploiter celles des autres, le projet de l'enseignant finit par tendre vers la production. Les étudiants sont plus que motivés si les ressources proposées par l'enseignant sont variées et authentiques. Encouragés par cette pratique, les étudiants sont mobilisés à produire à leur tour. L'usage de la carte mentale le prouve. L'alternative de la fiche de lecture à disposer sur la carte mentale a été le plus adoptée par les étudiants d'une autre Université malgache. (Razanakolona et

Ravalison, 2018). Pour s'approprier les enseignements en distanciel, l'appropriation technologique et la production de ressources font partie des exemples de transformations attendues.

L'introduction du numérique pour booster l'innovation pédagogique ne consiste pas seulement à la valorisation de la technologie comme des machines qui dictent la vie des chercheurs de manière inconditionnelle. Il faut comprendre que même si le dispositif organisationnel est qualifié de performant, d'autres facteurs pourraient l'affaiblir. Dans ce cas, un des facteurs innovants est de déconstruire le déterminisme technologique qui conditionne la possibilité de dépasser la paresse intellectuelle. Dès lors, le numérique vient renforcer la création et le maintien des liens entre les acteurs de la formation. Créer et alimenter les conversations (Wagener, 2019) garantissent l'interaction. Quand les interactions sont entretenues, la dynamique des acteurs est assurée. Gérer les conversations demande également la maîtrise des communications asynchrone et synchrone. Il est attendu des enseignants et des étudiants d'utiliser le dispositif d'apprentissage en distanciel pour maîtriser la transaction communicationnelle. L'objectif est de maintenir l'équilibre pour ne pas détériorer les rouages qui entretiennent les communications entre les enseignants, les étudiants et le personnel de l'administration.

Quant à l'**institution étatique**, le soutien aux établissements publics devrait être une des priorités pour l'autonomie des étudiants et des enseignants dans les activités d'apprentissage, de production de ressources et de recherche scientifique.

Au vu du risque sur les enjeux technologiques et économiques, La transformation attendue se base sur l'autonomie de l'étudiant. Si pour un stage, la négociation de partenariat était possible même si c'était de manière ponctuelle, il serait envisageable de recourir durablement à la mise en place d'un dispositif de partenariat entre les diverses institutions pour l'équipement matériel et financier des étudiants. L'autonomie de l'étudiant figure avec des indicateurs détaillés dans l'ODD 4. Un point particulier y est spécifique sur l'enseignement universitaire de qualité et d'un coût abordable. La bourse d'étude même combinée avec la somme attribuée à l'équipement symbolique ne suffisent plus à balancer les enjeux économiques entre les deux formats d'apprentissage en présentiel et en distanciel. Les textes qui régissent les enseignements supérieurs méritent d'être mis à jour pour prévenir et mieux gérer les crises. Les manifestations fréquentes conduisant à des crises cycliques dans les établissements publics se trouvent renforcées et freinent le processus d'innovation pédagogique universitaire au risque de rendre incertaines les transformations attendues. Des initiatives institutionnelles ont été identifiées et viennent renforcer les initiatives locales pour le développement du secteur éducatif. Des chefs-lieux de communes sont dotés d'infrastructure pour favoriser l'accès Internet. La ville d'Antananarivo où est implantée l'UA ainsi que la commune d'Ampefy et de Miarynarivo de la région Itasy ont maintenant des points d'accès wifi gratuit. Nous attendons le développement des offres Internet pour que les zones de couverture soient étendues. Il reste également à espérer la valorisation de ces dispositifs technologiques pour l'enseignement et la recherche afin de relever le défi de l'éducation.

## CONCLUSION

Le processus d'innovation pédagogique universitaire se réaliserait dans une logique d'actions complémentaires et concrètes. La capacité de résilience et la mobilisation des ressources locales pour créer des outils technologiques en vue de soutenir l'apprentissage en distanciel en constituent un début. Si l'initiative à déployer des efforts est suivie par un développement de ressources humaines, matérielles et financières, la motivation des acteurs de la formation qu'ils soient étudiants ou enseignants serait plus pérenne. Quand les acteurs de la formation sont motivés, partir de l'existant disponible en ligne pour produire de contenu suivant les normes serait une suite logique vers la concrétisation du projet d'innovation. Si la familiarisation avec les outils technologiques est conjuguée avec l'engagement à gérer les interactions humaines, l'appropriation des outils du distanciel serait effective. Si la coordination des actions de partenariats avec les institutions locales, un des partenaires-clés de la formation universitaire, est effective, il impactera au niveau régional et à l'échelle nationale. Quand les rouages de l'administration territoriale s'activent de manière systémique – micro, méso et macro, il serait possible de déjouer la désinformation par les réseaux d'information opérationnelle pendant les situations d'urgence sanitaire. S'il est possible de gérer la désinformation par un dispositif opérationnel de gestion de l'information et de la communication, l'innovation se concrétise réellement. L'atteinte de l'ODD 4, accès à l'éducation de qualité suit un rythme conditionné par la maîtrise ou non de la gestion des risques et de l'incertitude.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Badillo J.-Y. (2013). Les théories de l'innovation revisitées: une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation? Du modèle «émetteur» au modèle communicationnel in <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01137226/>.
- Bouteyre E. (2010). La résilience académique des étudiants d'université in <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01248313/document>.
- Cros F. (2019). L'innovation en éducation. Sens et signification. [en ligne], <https://crf.hypotheses.org/523>.
- Docq F. (2020). Comment soutenir l'apprentissage à distance? stimuler l'activité intellectuelle face aux ressources in <https://www.louvainlearninglab.blog/comment-soutenir-lapprentissage-a-distance-stimuler-activite-intellectuelle-face-aux-ressources/>.
- Morin E. (2010: 177) cité par Nsonsissa A. (2011). Pour «une crisologie». *Hermès, La Revue*, 60, 139-144 DOI <https://doi.org/10.3917/herm.060.0139>.
- Simonnot B. (2014). «Le plagiat universitaire, seulement une question d'éthique?», *Questions de communication*, 26 | 2014, 219-233.
- Rakotomahenina P. B. (2021). Le système managérial de la formation ouverte et à distance. HDR. Ecole Doctorale Sciences Humaines et Sociales. Université d'Antananarivo.

- Ratompomalala H. et Razafimbelo J. (2021). Formation à distance, pandémie et pauvreté à Madagascar. *Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire*, 17(3), 195-208. <https://doi.org/10.18162/ritpu-2020-v17n3-18>.
- Razanakolona J. M. et Ravalison R. M. (2018). Usage des cartes mentales (mind map) pour favoriser l'apprentissage In <http://madarevues.recherches.gov.mg/?Usage-des-cartes-mentales-MIND-MAP-pour-favoriser-l-apprentissage> consulté la dernière fois le 11/10/2021.
- Wagener A. (2019). *Systémique des interactions. Conversation, relations humaines et communication*. L'Harmattan.



## PARTE IV

### Experiencias de comunicación institucional en los escenarios de la pandemia





Indonesian Government Policies during the  
Pandemic and its impact on Society  
Políticas del gobierno de Indonesia durante la  
pandemia y su impacto en la Sociedad  
Politiques du gouvernement indonésien pendant  
la pandémie et son impact sur la société

BENEDICTUS HELPRIS ESTASWARA

*Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia*  
*helprisestaswara@univpancasila.ac.id*

UMAR HALIM

*Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia*  
*umarhalim@univpancasila.ac.id*

**Abstract**

In Indonesia, the Covid-19 case began on March 2, 2020, when President Jokowi stated that two people from Depok had tested positive for Covid-19. Further developments, Covid-19 spread to Indonesia with the highest level reaching 14,158 people per day who were exposed to Covid-19 in the first wave. In the second wave, starting in early June 2021, where the trend of people exposed to Covid-19 began to increase, reaching 56,757 people per day. This condition makes Indonesia must issue policies to deal with Covid-19 simultaneously, either at the center or in the regions. With the outbreak of the second wave of Covid-19, the government imposed an Emergency PPKM (*Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat*) (Implementation of Community Activity Restrictions). Based on the situation above, this study asks the question “how will the government policies related to the second wave of PPKM have an impact on the community?” By using KAP theory (Knowledge, Attitudes, and Practices) that applies at level of mass communication, as well as conducting in-depth interviews with 15 people in the Jakarta, Depok and Solo areas, it was found that government policies regarding 3M (wearing masks, maintaining physical distancing and washing hands) and 3T (testing, tracing and treating) were known,

accepted and approved. As for the vaccine, they know, accept and do it. If has not been vaccinated, because they are afraid of needles. The Emergency PPKM policy to reduce exposure to Covid-19 has also been approved and implemented, but there are people who say that policy is too long. In its application, the community also implements 3M, 3T, vaccination and Emergency PPKM.

**Keywords:** Government Policy, Covid-19, 3M, 3T, KAP Theory.

## INTRODUCTION

On March 11, 2020, World Health Organization (WHO) has declared Corona Virus Disease (Covid-19) as a pandemic. Covid-19 is a disease caused by SARS-CoV-2 (Severe Acute Respiratory Syndrome Corona virus 2) which emerged in early December 2019 in Wuhan, China. The nature of the Corona virus easily infects humans and spreads throughout the world (Purwanto, 2021). Corona viruses are very small (120-160 nm) that infect animals, including bats and camels. However, at this time the spread from human to human has become the main source of transmission. Transmission of this disease occurs from positive Covid-19 patients through droplets that come out when coughing and sneezing, and spreads from people who are asymptomatic, but the results of the examination show positive Covid-19 (Purnamasari & Raharyani, 2020).

Many countries finally adopted policies to deal with Covid-19. However, because virus can spread quickly, it has caused several countries in Europe to fail in making policy decisions, such as Italy and Spain. As a result, the country is powerless against Covid-19. Likewise, the United States is a big country which failed to implement the right communication strategy, especially in the early days of President Trump who considered Covid-19 not a serious problem (Sulistyowati & Hasanah, 2021).

In Indonesia, on March 2, 2020, President Jokowi with Minister of Health Terawan Agus Putranto, stated that two people from Depok, were positively infected Covid-19 (Pakpahan & Fitriani, 2020). Further developments, starting from March 2020 to the end of January 2021, Covid-19 trend is increasing in Indonesia. At the end of January, people exposed to Covid-19 reached 14,158 people per day, where the death toll reached 476 people per day, but the number of people who recovered from Covid-19 reached 13,038 people per day. After that, from February to early June 2021, the trend fell and was constant around 5,000 per day people exposed to Covid-19 (covid19.go.id).

As is known, if this virus enters the respiratory tract, it can damage the pulmonary alveoli and cause respiratory failure. However, many people who are infected Covid-19 experience mild to moderate respiratory symptoms that resolve on their own. For groups with other health problems, such as cardiovascular disease, chronic respiratory disease, diabetes and cancer, if they experience Covid-19 infection, they can experience more serious problems (Purnamasari & Raharyani, 2020). As a result, there are many requests for swabs, the medical term is a Covid-19 diagnostic examination carried out by PCR (Polymerase Chain Reaction) examinations, for those who are sick or to find out whether someone has been exposed to Covid-19. This swab is also used by the government as a health protocol, which requires testing, tracing and treating (3T).

Government made various prevention efforts by strengthening surveillance of laboratory diagnosis, clinical management, prevention and control of transmission, risk communication and community empowerment, provision of resources, and health services. In principle, this work program is oriented towards preventive promotion by empowering the community through socialization, education and information activities in the application of health protocols, namely wearing masks, maintaining physical distancing and washing hands (3M).

The increasing number of Covid-19 cases indicates that the transmission of Covid-19 has not been well controlled. To reduce the rate of transmission of Covid-19, the Indonesian government urges people to maintain physical distance, work from home, study at home, and worship at home. Based on this appeal, a number of local governments have adopted policies by enforcing study rules at home for school students. Furthermore, social distancing and self-quarantine play a major role in prevention and handling to slow down the transmission of Covid-19.

After that, the second wave of Covid-19 began in early June, where the trend of people exposed to Covid-19 began to increase rapidly. This condition finally forced Indonesia to issue policies to deal with Covid-19 simultaneously, either at the center or in the regions. One of government's policies is the PPKM (Implementation of Restrictions on Community Activities) as stated in the Instruction of the Minister of Home Affairs Number 1 of 2021 (Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 1 Tahun 2021). With the outbreak of the second wave of Covid-19, the government imposed an Emergency PPKM. The Emergency PPKM is only for the Java and Bali regions, because there are 44 Regencies and 6 Provinces with an assessment value of 4.

In practice, Jakarta and Depok are cities with Emergency PPKM level 4 or the highest level, where many road spaces are closed by the government. Likewise, Solo is also categorized as an emergency, also conducting PPKM at level 4. For the record, the three areas, namely Jakarta (DKI Jakarta), Depok (West Java), and Solo (Central Java) are the areas with the highest exposure to Covid-19 in Indonesia (covid19.go.id)

In June, July and August 2021, the number of people exposed to Covid-19 began to peak rapidly and the point was in mid-July with exposure to Covid-19 reaching 56,757 people per day. Then, it began to decline drastically in July, August, and September. The number of deaths also jumped and occurred in August with the highest point of 2,069 people per day. Likewise with the recovery from exposure to Covid-19 which reached 48,832 people in one day. At this time, in October 2021 (10/12), the number of people exposed to Covid-19 per day has been relatively reduced, to only 620 people. In total, 4.23 million people were sick, 4.06 million people recovered to Covid-19 and 143 million people died (covid19.go.id).

When the president of Indonesia, Jokowi, implemented the Emergency PPKM policy which took place from July 3, 2021, in response to the second wave of Covid-19, where the government decided to carry out the Java-Bali Emergency PPKM on July 3-20, 2021, and imposed PPKM on July 21-25 and finally just finished on August 23, 2021, making people finally ask, what is going on? Based on the situation above, this study asks the question "how will the government policies related to the second wave of PPKM have an impact on the community?"

## CONCEPTUAL FRAMEWORK

Examining the impact on society as a result of government policies can use the theory of KAP (Knowledge, Attitudes, and Practices) that applies at the level of mass communication. First, the knowledge aspect. According to Mc. Luhan, mass media is an extension of our senses (sense extension theory). With the mass media, one can obtain information about messages from the government or aspects of the knowledge obtained. Second, aspects of attitudes. This effect has a higher level than the knowledge aspect. The purpose of mass communication is not just telling the public to know, but after knowing the information it receives, the audience is expected to feel it (Karlina, 1999). The third is the practice aspect, which is the result that arises in the audience in the form of behavior, actions or activities. This KAP theory actually explains that mass communication can influence the audience, in this case the Government issues a message, then it is accepted by the mass media, disseminated to the public, and there is an impact.

## METHOD

This study uses a qualitative approach with the type of research is descriptive. Meanwhile, the data collection technique was carried out in the areas of Jakarta, Depok and Solo. The cities of Jakarta, Depok and Solo were chosen to represent the Java and Bali regions in the spread of Covid-19 in the second wave. The areas of Jakarta, West Java and Central Java are also the areas with the highest exposure to Covid-19 in Indonesia, where the three regions are represented by Jakarta, Depok and Solo. Currently, there are no areas that have level 4, but Jakarta, Depok and Solo are still at level 3 ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)).

In each of these areas, 5 (five) people were taken for in-depth interviews. The interviewees were male or female, aged 25 to 45 years, and at the time of the second wave of Covid-19, he was a worker and still working in the office. It is important to know the activities of the interviewees. The resource persons were then interviewed in depth about KAP (Knowledge, Attitudes, and Practices) questions with 13 questions, where each question item was explored into 45 questions. Interview time per person on average one hour to be able to complete the questions asked. In addition to conducting in-depth interviews, observations were also carried out. Observations are made by observing government policies with the activities of people who accept these policies, as well as road closures in Jakarta and Depok.

## RESULT AND DISCUSSION

### INTERVIEW RESULT

#### Knowledge

The first question in the in-depth interview was to know about 3M, namely wearing masks, maintaining physical distance and washing hands with soap. 3M is a health protocol implemented by the government and socialized to the public. While the question is do you know 3M which is the main protocol in this Covid-19, namely wearing masks, washing hands and maintaining distance? Informant in Jakarta, Depok and Solo stated that they knew about the 3M. Thus, 3M, which is a

health protocol and has been socialized by the government for a long time to prevent and reduce the impact of Covid-19 (before the second wave), was discovered by the informants.

After that, it was continued with the question of what media the knowledge was obtained from. From the Jakarta area, informant said that they knew about 3M from television, social media, and pamphlets about government recommendations. Likewise for interviewee from Depok, their knowledge was obtained from television, social media and banners about the importance of 3M. Meanwhile, sources from Solo also learned from television, online, posters, billboards, and billboards.

Then, we were asked about his opinion about the 3M as a health protocol to prevent the impact of Covid-19. The informant who came from Jakarta said that the 3M regulations were properly implemented by the Government. One of results of interviews with informant from Jakarta is "That is very helpful, because it is a solution to break the chain of Covid-19 cases itself".

The informant from Depok also said that the government had been good at issuing 3M and that it should still be promoted vigorously. As for the informant who came from Solo, they strongly agreed with 3M, also the information about 3M was considered educational, simple, and easy to remember and could also prevent the spread of Covid-19. However, there is one person from Solo who said the following:

"I prefer the 5M health protocol. With the addition of 2M, we can avoid crowds and minimize mobilization. I think Covid-19 prevention can be more effective".

The 5M protocol by avoiding crowds and minimizing mobilization is indeed an addition to 3M, however, where the two additions are the embodiment of crowds in the form of masses who have been warned by physical distancing.

In general, informants from Jakarta, Depok and Solo already knew about 3M and learned it from television and social media about news and government recommendations, as well as posters, billboards, and billboards. As for their opinion on 3M, all of the informants accepted 3M, because the information is educational, simple, easy to remember and can prevent the spread of Covid-19 and must be promoted more vigorously.

For the second question in knowledge, do you also know about 3T (Testing, Tracing and Treatment) and vaccination, which is the government's effort to reduce the number of people affected by Covid-19? This question needs to be asked to informants because 3T is a health protocol required by the government so that it can find out who has been exposed to Covid-19 so that they can immediately take medical action. This 3T was a government policy before the second wave, but a vaccine program has been implemented for the community. Informants from Jakarta, Depok and Solo knew about the 3T, and only one person from Depok did not know about it.

This knowledge is obtained from television and social media, as well as pamphlets and banners distributed, or from companies, but also know from the puskesmas (small hospital) or covid19.go.id. and promkes.kemkes.go.id. Indeed, broadcasting and socialization were originally from the government, but many parties (individuals, groups, and companies) also participated in spreading it

because they care about the health of themselves and the community. The following is a quote from one of the Jakarta informants:

“Certainly, from the government information that has been submitted, at the company... because at the company also recommend keeping it from spreading in our office clusters”.

After that question, a new question pops up asking what you think about 3T and vaccination efforts. Informant from Jakarta said that the view was good and to reduce the scope of the spread of Covid-19, but more testing and tracing had to be done. Meanwhile in Depok, the informant said that it was good, for virus prevention, it was just not evenly distributed. Indeed, for informants in Jakarta and Depok, the increase in the number of people exposed to Covid-19 was very high during the second wave as a result many were affected, so they considered that it was necessary to carry out testing and tracing again, because they were considered uneven. Meanwhile, informants from Solo said that they agreed to 3T for immunity and prevention of Covid-19, those who were infected were tested and then received treatment, while tracking was to find out who was infected. The following is a statement from one of the speakers in Jakarta and Solo:

“In my opinion, the 3T process is very helpful for the government to track anyone affected by Covid-19, so that the government can immediately deal with it so that it doesn’t spread too much and if vaccination is to reduce the impact someone has on the virus...”.

(Jakarta resource person)

“I have been vaccinated and 3T is an effort that really needs to be done to find out or ensure that people who are infected with Covid-19 (testing) can get the right treatment, and to confirm or find out who has really been confirmed, and after If there is contact with one of the confirmed people, tracking is needed...”

(Solo resource person)

The last question is opinion about vaccines. Are you afraid of vaccines? Informants, it turned out that there were 4 people, one person from Jakarta, two people from Depok and another person from Solo, who claimed to be afraid of vaccines because they had to be injected. Basically, they are afraid to see a needle, especially if the needle has to go into his body. The following is an interview from one of the informants in Jakarta who is afraid of vaccines, “The vaccine is not afraid, but the syringe is afraid...”

In general, informants from Jakarta, Depok and Solo know about 3T, which is known from television and social media. The opinion regarding 3T is to reduce the scope of the spread of Covid-19, and immunity and prevention. However, the government’s efforts are considered to be more tested and traced. As for vaccines, there are four people who claim to be afraid of vaccines, but the rest are not afraid of vaccines.

The third question for knowledge started from the knowledge of the informants about the second wave of Covid-19. All informants who were in Jakarta, Depok and Solo, only two people from Depok admitted that they did not know. However, the



rest claimed to know. The next question is where did this knowledge come from? All the informants who knew, answered from Television and social media, and were felt by the informants themselves. Of all the answers that know, there are two resource persons from Jakarta who have been exposed to Covid-19.

The third question is the opinion of the informant about the second wave of Covid-19 with various variants of Covid-19, but there is one that is dangerous in Indonesia, namely the Delta variant. Informants from Jakarta admitted that this second wave was more severe than the first, because the rate of people exposed to Covid-19 had increased to more than 50,000 per day. The following is the confession of two informants from Jakarta.

"Second wave of Covid-19 is indeed very severe, because thousands of people have died in a few weeks. It's back again from ourselves who have to take care and be aware of 3M..."

"Second wave of Covid-19 is quite disturbing, because the progress of the number exposed is quite high and there are new variants of Covid-19 itself which makes us quite restless to be able to return to activities outside..."

Meanwhile, from Depok, the informants who know are considered dangerous and very scary. In Solo, informants did say that the second wave of Covid-19 attacks was dangerous and deadly, but there were those who said that the government could be even strict, both to Covid-19 officers and the public who ignore health protocols.

"This second wave of Covid-19 could actually be prevented if the public could participate and support the government's vaccination program and of course by following the existing health protocols. This can also be balanced with the government's socialization of the management of health protocols and vaccination programs, especially those related to hoax news which eventually lead people to be against the vaccination program and still forget to carry out health protocols".

In general, the informants knew that there was a second wave of Covid-19, and this knowledge was obtained from television and social media. The response to the second wave of Covid-19 is scary, dangerous, and more severe than the first wave, even though the government could be even stricter.

The fourth question for the knowledge aspect is about the knowledge of the informants regarding PSBB (Large-Scale Social Restrictions), Transitional PSBB, PPKM (Enforcement of Restrictions on Community Activities) Emergency, and PPKM levels 1-4. This question was answered by the informant knowing it, but there was one person from Depok who did not know about this information. Furthermore, it is explored with the question of what media did the knowledge come from? Informants said from television and social media.

The question is then continued with how was the reception and why? Informants from Jakarta said that they accepted the policy, and the reason was because it had an effect on the decline in Covid-19 cases, but it was too much so that the economy or income would be reduced. From these answers, two people did not agree with the government program. The following is an interview with one of the informants from Jakarta:



"I quite agree with policy, but many people are certainly disadvantaged for this. What is certain is the economic sector. Maybe from my personal income it is not a problem, but from other jobs outside of mine it affects their income".

Meanwhile, the informants in Depok, from those who knew about the Emergency PPKM program, two of them did not agree, whereas those who disagreed expressed their own interests rather than the interests of the people. One of informant from Depok who disagreed said, "It's difficult to work, because access is limited..." Indeed, this second wave of Covid-19, Jakarta and Depok was limited because at that time PPKM Level 4 passable and guarded by police and soldiers. Likewise, those who go to Jakarta from Depok, because they cannot pass through, they assume that their access is limited by the government so they cannot work.

Meanwhile, Informants from Solo stated that they agreed with government's policy because it was effective and could prevent the spread of Covid-19. However, there is one party who says that people are basically still not in order with government policies because they are consumed by hoaxes circulating on social media. This is the result of an interview with one of informant from Solo:

"By looking at the government's policy, as well as the development of the implementation of health protocols and vaccination programs at that time, it seems that the community needs to be a little "forced" with more "strict" rules, because many still neglects to implement health protocols, such as not wearing masks when doing activities, and there are contra with the vaccination program, which may have happened because of hoaxes..."

In general, the informants know that government policies are implemented in their area, and this knowledge comes from television and social media. However, regarding the acceptance of the government's policy activities, there are various opinions, there are two people from Jakarta and Depok who do not accept it. However, those from the Solo, all expressed their acceptance. The reason is to prevent the spread of Covid-19, but for those who do not receive it, it is difficult to work because access is limited, and income is reduced.

The fifth question is about knowledge regarding Government policies on Emergency PPKM to control the second wave of Covid-19 cases which started from early June to September. Informants from Jakarta, Depok and Solo stated their knowledge of this information. However, only one person, who came from Depok, admitted that he did not know about it. The next question is what the knowledge is obtained from. All informants who answered said that their knowledge was obtained from television and social media.

Furthermore, the question to the informant aims to find out the response to this knowledge and the reasons. From informants in Jakarta, there was one person who did not accept the policy, while the rest stated that the policy was good. The following are the results of interviews with two people from Jakarta who are pro and contra about the policy.

"Basically, I agree with the policy and for personal use, it is quite effective, because I personally also reduce it for outside activities, because it will minimize us from exposing families at home, as family clusters, office clusters, and friendship

clusters. For family and friends, indeed some of me minimized to meet, and from the environment also minimized us to be able to meet face to face...”.

“I don’t agree, because so many parties have been harmed in this PPKM and I think this PPKM is too long-winded even though this is a normal thing and doesn’t have to take months”.

Meanwhile in Depok, informants who knew said that the policy was good, but some said they could not accept it, because they were confused about where to go. For Solo, informants stated that the policy was appropriate, because it protects from Covid-19. Following are the results of an interview with one of the speakers from Solo:

“This policy is very good, because even though there are several sectors that have an impact, for example tourism and shops. However, if this policy is not taken, it is feared that the case of Covid-19 transmission will get out of control. Meanwhile, from the health sector, there are already some areas that are overwhelmed with the availability of beds, oxygen, medicines and health workers. So, in the worst case, the situation will get out of control and gradually other sectors will do the same...”

Other questions were continued about the knowledge of informants regarding how people have been active from June-September 2021 and also whether the informants were worried about the government. In Jakarta, the informant is of the view that fewer people are leaving, if they go out there must be important business or work. For the second question, they answered that they were worried about the country if Covid-19 would affect the economy. However, there is one person from Jakarta who said that in June-September 2021, whether people want to leave the house or stay at home is up to each one. Here are the results of the interview:

“If there are people around, there must be people who obey and there are also those who still go out and are not aware of their surroundings and people who are active in June-September, actually there has been less going out, because so many places are closed, and for places to eat that dine-in is also closed, but still for those who go for a staycation and all that stuff is still there...”

Meanwhile, from Depok, informants stated that there were a lot of violations. It is different with Solo, informants stated that people follow government policies, but still carry on their activities. The informants are also worried about the State, but they believe that the government will do the best for the people.

In general, sources in Jakarta, Depok and Solo knew about the PPKM policy from June-September 2021 from television and social media. Informant response was to accept, because it can reduce exposure to Covid-19. And, for the people around them, they stated that they had complied with government regulations, even though many violated them. Regarding the government, they are worried.

## Attitude

Questions about attitude are translated into four questions. The first question is about the attitude of government policies in the 3M campaign which is a health protocol in Covid-19, namely wearing masks, washing hands and maintaining distance. Informants from Jakarta, Depok and Solo all agreed and supported the

policy. Meanwhile, informant who came from Solo added that there is still a need for further socialization to remote areas and there is also a response regarding hoaxes circulating in the community.

The next question related to attitude to follow by wearing a mask, washing hands and keeping a distance and the reasons. All informants, both from Jakarta, Depok and Solo, participated in doing 3M. The reason is to prevent an increase in the spread of Covid-19, for yourself and others.

The second question relates to attitude about 3T (Testing, Tracing and Treatment) and vaccination. Sources from Jakarta, Depok and Solo agreed with 3T and vaccines. Only one person from Depok said he did not agree. This he expressed in a statement: "I strongly disagree with 3T or the vaccine, because many people get sick after the vaccine".

The question then is how to follow the 3T attitude and vaccines. Sources from Jakarta, Depok and Solo said they followed suit. The following is the result of an interview with one informant from Jakarta and Solo:

"I follow everything from testing, treatment, and tracing, as well as vaccines. Because after this September, we can see that with our vaccine we can get herd immunity".

"Because in my opinion, apart from implementing 5M and keeping the immune system fit, other efforts that need to be done are vaccinations, to prevent the transmission of Covid-19".

Herd immunity is when a large part of the population is immune to a certain infectious disease so as to provide indirect protection or group immunity for those who are not immune to that infectious disease. Herd immunity can indeed be formed in certain groups in certain areas as well, but for Indonesia this is still a question.

The third question about attitude is the dealing with this second wave of Covid-19. The resource person from Jakarta has an attitude with many feelings some are calm, worried, angry, confused and sad. Calm because you have to keep the family calm. Worried because the effect is more than the first wave. Angry because emotions increase so like to be angry. Confused because where the income comes from if PPKM everything is closed. It's sad that the number of people exposed is getting higher and the number of people who have died from Covid-19 is also increasing. The following is the interview from one of informant from Jakarta:

"I'm worried about the Indonesian economy. It's sad because we can't meet the closest people, like family and friends. I'm angry because there are still people who don't follow the protocol, even though Covid-19 is already a global pandemic".

However, informant from Depok seemed normal and didn't care anymore because Covid-19 had too long a period of time. However, there is one person who is confused, because he has to support his family, and another is worried about his family and himself being exposed to COVID-19. While those from Solo, the attitude of the informants was worried, sad, but some were calm. The following is an interview from one of the Solo informants:

"I was worried, because I have a small child. Sad in terms of the health sector, because of the limited number of available beds, reduced supply of oxygen and

supporting drugs, even though these things are very important in carrying out treatment and there is a feeling of pity because they see or hear friends of health workers who are getting overwhelmed, even though they have fought and worked hard during this pandemic and feel sad because more and more people are becoming victims and infected”.

The fourth question regarding attitude is about the attitude of the informants towards the Government Policy on PPKM level 3-4 in order to control the second wave of Covid-19 cases which began in early June. Informants from Jakarta expressed their attitude of worry, sadness and confusion, but some were calm. The following is the result of an interview with one of the interviewees from Jakarta who was worried:

“I’m worried, because we don’t know how long this Covid-19 will continue, and if State continues to enforce PPKM like this, then how will it impact the community in the future”.

Meanwhile, from Depok, the informant stated that they were calm, but some were angry and also sad. Calm because you just follow the health protocol, it doesn’t affect your work, and it’s safer. Angry because they feel they are not needed by the government and sad because their activities are hampered. Informant from Solo said that they were calm and worried. Following are the results of an interview with one of the interviewees in Solo who was worried:

“If we have implemented and adhered to the health protocols, I think things will definitely be fine, but also sometimes, I feel worried about the situation...”

The next question is about principles. Do you have a principle of staying at home, or if you can still have the principle of going out of the house? Informants from Jakarta, Depok and Solo, in principle, stay at home, but leave if there is work or important business. If informant has to leave the house, continue to use health protocols.

## Practice

The third question is about practice. Practice is the result that arises in the audience in the form of behavior, actions or activities. Questions about practice are described in 4 questions, where there are still questions which are then further deepened in order to get appropriate results.

The first question is about implementing the Government Policy campaigning for 3M. Informants from Jakarta, Depok and Solo admitted to running it because it minimizes exposure to the Covid-19, and indeed that is protocol and standardization, as well as for personal hygiene to protect ourselves. Furthermore, will 3M continue? Informants from Jakarta, Depok and Solo admitted to doing it continuously. However, only one informant from Depok answered that he did not do it continuously. The following are the results of an interview with informant in Jakarta who stated that he carried out 3M continuously:

“Yes, I did it, why because I’m still afraid of the virus that will come again to myself... so doing health protocols is to protect you...”.

Then, the second question is related to running 3T and vaccines, and why. Informants from Jakarta, Depok and Solo admitted that they had carried out tests,

tracing and treatment as well as vaccines. This is because to support government programs and policies, to maintain the health and comfort of the environment and to protect themselves and their families. The following is an interview with one of the informants from Jakarta who has been exposed to Covid-19:

“First, I run myself to report being exposed to Covid-19, after I was exposed to Covid-19, I also did treatment independently, and after being declared cured of Covid-19 I also vaccinated. Why, because if I get infected, I report because I want people around me to trace if anyone has contact with me, no contact with me, light contact with me, it can help them to check whether they were exposed to me or not. If I do treatment, it’s for myself and the people around me so I don’t get infected because I’m self-isolating, because I was exposed to covid-19. After 3 months I did it to protect myself from being exposed to Covid-19 and to prevent transmission itself. For vaccinations, I have vaccinated...”.

The third question about practice is about behavior in dealing with the second wave of Covid-19 and the reasons. Informants from Jakarta admitted that he would stay at home if he had just left work. The reason is to remind family and office employees. If there is a family out of the house, after arriving home must always take a shower and change clothes. To employees, must always comply with 3M and 3T and must be carried out even though they have been vaccinated. Anyone who has been vaccinated does not rule out the possibility of contracting Covid-19.

Meanwhile, the informant from Depok admitted that he was at home, if necessary, he just traveled. However, there were two sources who claimed to be traveling continuously during Covid-19. As for the Solo interviewees, they admitted that they were still working, but following health protocols. The following is the result of an interview from one of the Solo informant:

“No, because I have to work at the pharmacy and at the office, I leave the house with health protocols”.

While the last question in practice is about behavior in dealing with the second wave of Covid-19, in June-September. The informant from Jakarta admitted that he did not go, he was at home and if he worked or had important matters, he went out. This is because it follows government rules, and all roads are blocked so that it cannot pass. However, informants from Depok and Solo said that they would still go, due to work or an urgent need.

## DISCUSSION

### FIRST, THE KNOWLEDGE ASPECT

All of the informants were aware of various government policies regarding Covid-19. Not only the central government, but regional governments also support the program by launching various posters, pamphlets and banners to reduce the number of people exposed to Covid-19. This can be seen from the informants’ confessions about what media made him know. The informant admitted that he saw this on television and social media. On television, various news about Covid-19 is available, also with social media. On social media, not only the central and regional governments but the public also provides information about Covid-19. Only the

issue of hoaxes has been ignored by the government, but even that is not comparable to the amount of public information about Covid-19.

While the opinion of the informants about 3M and 3T, they accept and view it as an effort that needs to be done to prevent Covid-19. In addition, with the educational, simple, and easy-to-remember information about 3M and 3T, the public will know. Meanwhile, there is a lot of information about vaccines. The informant also admitted that he had been vaccinated, but some had not. Not because there is no vaccine in the area, but because they are afraid of being injected.

While the information about the second wave, the informants basically know about it. In fact, they looked very dangerous and frightening from the first wave. Indeed, the second wave, even though it was only for about 3 months in Indonesia, had more people exposed to Covid-19 compared to the first wave. However, the Covid-19 policy in the second wave was considered by the sources to be inappropriate, because it was too excessive. The Indonesian government itself said that the Covid-19 policy for the second wave, namely Emergency PPKM, must be implemented until it is finished. In a sense, the implementation time is long. Only PPKM level 4, where there was a blockade from the police and army, now it is no longer happening. However, PPKM Level 4 in Jakarta and Depok has been protracted. It was supposed to end in July 2021, eventually had to be extended until August 2021.

## SECOND, THE ATTITUDE ASPECT

The informant responded to the government's policy with agreement. This means that the government's policies related to 3M and 3T were followed. However, there are people who do not follow it. Likewise in the field, many people follow, but many do not. Regarding 3M, only wearing masks and washing hands is seen as being followed, but maintaining physical distance is often unavoidable. While 3T, many people do follow, but most of them follow when they are or have been exposed to Covid-19.

While related to government policies during the second wave of Covid-19, the interviewees responded with a lot of feelings, some were worried, angry, sad, but some were calm. They do agree with the government's policy, but the policy still leaves people who are less orderly with 3M and 3T.

## THIRD, THE PRACTICE ASPECT

The informant claimed to have implemented policies regarding 3M and 3T as well as vaccines. However, there are some sources who do not comply with the policy. This is because of boredom for these people, why Covid-19 is taking too long. It has been more than a year and a half that Covid-19 has hit Indonesia. Many government policies have also been entered and carried out. However, they are tired and bored if they have to constantly obey government regulations. Finally, they went out and went about their activities as usual, although they still wore masks and washed their hands, but not by maintaining physical distance. As for 3T they are also bored, if they are healthy and have not contracted Covid-19, they will forget about 3T. This is also due to the economic aspect that has not yet recovered in many places. They



have to make a living. It is different with people who are still working, still earn a living and follow health protocols.

Regarding the Emergency PPKM, the resource persons followed the government's advice to stay at home and leave if there were important matters or due to work. When they leave, they still apply health protocols. However, there are people who do not follow the government's advice and even criticize it with the Emergency PPKM, which is too long-winded, so it can't go anywhere. Although there are protests, these protests are only because they are not free and have no income and small entrepreneurs.

Government policies in the aspects of knowledge, attitude and practice have basically been accepted by our society, although there are people who disagree and do not carry out the policies related to Covid-19. During the second wave, government policies were also said to be effective, considering that many people obeyed them. This can be seen from the rapid decline in exposure to Covid-19 from 56,757 people exposed per day, to only 620 people.

## CONCLUSION

In general, government policies regarding 3M, 3T, vaccination, Emergency PPKM have been accepted, approved, and implemented. However, not everyone vaccinates, in addition to the vaccination must be more widespread, for fear of needles. Meanwhile, during Emergency PPKM, although many people have done it, some feel that the policy is too long. For those who protest, tend to disobey 3M and 3T and vaccines. To them, they were healthy, and the policy bore them.

## REFERENCES

- Pakpahan, R & Fitriani, Y. (2020). Analisa Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Jarak Jauh di Tengah Pandemi Virus Corona Covid-19. *Journal of Information System, Applied Management, Accounting and Research*, Vol. 4(2), 30-36.
- Purnamasari, I. & Raharyani, A. E. (2020). Tingkat Pengetahuan dan Perilaku Masyarakat Kabupaten Wonosobo tentang Covid -19. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, Vol. 10(1), 33-42.
- Purwanto. E. (2021). Virus Corona (SARS-CoV-2) penyebab COVID-19 kini telahbermutasi. *Jurnal Biomedika dan Kesehatan*, Vol. 4(2), 47-49.
- Sulistiyowati, F. & Hasanah, N. U. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia dalam Penanganan COVID-19 pada Majalah TEMPO Edisi Maret-Juli 2020. *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol. 4(2), 198-214.
- Karlinah, S. (1999). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbitan UT. [https://covid19.go.id/peta-sebaran?\\_\\_cf\\_chl\\_captcha\\_tk\\_\\_=pmd\\_t2Y9ElmLE3bwXws8h5.Ss\\_XHea.hMcRDV5n\\_rXYcYfk-1634272308-0-gqNtZGzNAuWjcnBszQkl](https://covid19.go.id/peta-sebaran?__cf_chl_captcha_tk__=pmd_t2Y9ElmLE3bwXws8h5.Ss_XHea.hMcRDV5n_rXYcYfk-1634272308-0-gqNtZGzNAuWjcnBszQkl).
- <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/21/180000665/terbaru-daftar-lengkap-daerah-level-3-dan-2-ppkm-jawa-bali>.

The reception and information processes  
adopted to address the Covid-19 pandemic as  
small businesses in Indonesia

Los procesos de recepción e información  
adoptados para hacer frente a la pandemia de  
Covid-19 como pequeñas empresas en Indonesia

Les processus d'accueil et d'information adoptés  
pour faire face à la pandémie de Covid-19 en  
tant que petites entreprises en Indonésie

ANDI FAISAL BAKTI

*Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Indonesia*  
*andi.faisal@uinjkt.ac.id*

RETOR AQUINALDO WIRABUANAPUTERA KALIGIS

*Universitas Pancasila, Indonesia*  
*retorawkaligis@univpancasila.ac.id*

ANNA AGUSTINA

*Universitas Pancasila, Indonesia*  
*annaagustina@univpancasila.ac.id*

## **Abstract**

The focus of this research study is the information and consumption process of the information which small business actors received about the various government policies in response to the pandemic to ensure economic and health recovery. Small business is a productive economic actor. It stands alone and involves individuals or business entities that are not subsidiaries or branches of companies that are owned,



controlled, or have not become a part either directly or indirectly of a medium or large business. Small business meets the specific business criteria referred to in the 2008 Regulation No. 20. The purpose of this study is to identify the factors that encourage or suppress small business actors to adopt government policies conveyed through the media in order to handle a pandemic. This study uses the Audience Reception Theory of Stuart Hall (1973), namely: a dominant-hegemonic, a negotiated position, and an oppositional position. Meanwhile, according to Thayer (1967 & 1987), Ravault (1981 & 1995) and Bakti (2004 & 2013) who believe in the importance of Active Reception model, receivers are always active in making sense of something, according to their own intentions, needs, relationships, and susceptibilities. In fact, a sender can be missing. This model will be used to analyze the position of small business actors in the process of communicating government policies through the media in Jakarta. Using a qualitative approach, this study analyzes the population of small businesses in Indonesia. The purposive sampling technique is used to select small businesses that were affected by the government's handling of the pandemic. This research is expected to provide input for policy makers in formulating their messages in the media. The results of the study show that the attitudes of small business actors towards government policies in pandemic handling have differences which are influenced by experience, business characteristics, and efforts to survive in the midst of a pandemic. Efforts to digitize business are an important way to survive in the midst of a pandemic. Government policies that compile health handling and economic recovery need to encourage small business actors to increase their ability to make new adaptations in the pandemic era.

**Keywords:** Policy, Covid-19, Business, Cooperative, Information, Active Reception.

## INTRODUCTION

Contrary to the economic crises in 1998 and 2008, the Covid-19 pandemic has caused limited physical and social interactions so that business actors were greatly affected both from the supply and demand sides. The results of the Katadata Insight Center (KIC) survey conducted on 206 SMEs (Small and medium-sized enterprises) actors in Jabodetabek area (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi cities), the pandemic caused 63.9% of the affected SMEs to experience a decline in turnover of more than 30%, only 3.8 experienced an increase in turnover. Various ways are done by MSMEs to survive in the midst of a pandemic, one of which is reducing the production of goods or services, such as: reducing the production of goods/services, reducing working hours and the number of employees and sales/marketing channels. There are also SMEs that are taking a step forward, adding marketing channels as part of their survival strategy, especially through digital way. However, internet access and the digital readiness index of these business actors indicate that these SMEs are not fully ready to immediately switch to digital (*Katadata.co.id*, 2020).

The Covid-19 pandemic has created a dilemma for the Indonesian government in taking policies to handle it. On the one hand, efforts in the health sector are needed so that the pandemic can be controlled, but on the economic recovery side it cannot be ignored so that the wheels of the community's economy can also run, and the government's financial burden is not getting heavier. This dilemma can be seen in

the policies made by the government that do not refer to Law of the Republic of Indonesia Number 6 of 2018 concerning Health Quarantine, especially regarding the regional quarantine.

Article 55 of the Health Quarantine Law stipulates that as long as the regional quarantine is enforced, the basic living needs of residents and food for livestock in the quarantine area are the responsibility of the central government by involving the Regional Government and related parties. The implementation of quarantine as mandated by the law has consequences for the preparation of a budget that must be borne by the government. The government prefers a policy to handle the pandemic that does not completely stop community activities (lockdown) so that it does not cover the basic needs of residents and animal feed.

The Government of the Republic of Indonesia has handled the Covid-19 pandemic by stringing economic recovery together with a health program. During the period between April 2020 and September 2021, and in response to the specific health conditions at particular times, two broad policies were launched successively: PSBB (the Large-Scale Social Restriction Program, from April 10, 2020, to March 22, 2021) followed by PPKM (the Community Activity Restriction Program from July 3 to September 6, 2021). In fact, the pandemic had a significant negative impact on SMEs (Small and Medium-sized Enterprises), such as a decrease in revenues resulting from declining sales/demand and hampered distribution.

Eighteen months into the pandemic, Ministry of Cooperatives and SMEs offered a free vaccination program to micro, small and medium enterprises as a way to realize a joint economic and health recovery policy. Furthermore, in Indonesia, in particular in the capital, Jakarta, business actors or those in charge of business premises and offices who ignored the Covid 19 vaccination requirements were threatened and fined with a revocation of their business licenses if they refused to participate, based on the Regional Regulation Number 2 of 2020 about the control of Covid-19 and the Jakarta Governor Regulation Number 3 of 2021 on the Implementation of Regional Regulations. Prior to the pandemic, the contribution of SMEs to the National Gross Domestic Product (GDP) reached 60.5 percent and absorbed 93.9 percent of the total workforce. Among SMEs, micro and small businesses (with a maximum capital of 5 billion Indonesian rupiahs), occupy the larger share, or 99.89 percent of the total business actors in Indonesia (Ministry of Cooperatives and SMEs, 2019).

Chairman of the Indonesian Micro, Small, and Medium Association (Akumindo) Ikhsan Ingratubun admitted that 30 million micro, small and medium (MSMEs) enterprises went bankrupt because of the government's policy of implementing social restrictions to control the Covid-19 pandemic. Even in 2020, only 34 million MSMEs actors have managed to survive. If it is calculated, there is a 50% decrease in the number of MSMEs actors compared to 2019 which was recorded at 64.7 million. Even so, Ikhsan is grateful that the government has begun to replace PSBB with PPKM so that MSMEs have started to rise even though they have not recovered normally. (Pangastuti, *Investor.id*, 2021).

This study emphasizes the acceptance of small business actors to information and the process of consuming information from the media about government policies for handling the pandemic. Small business is a productive economic business that

stands alone, which is carried out by individuals or business entities that are not subsidiaries or branches of companies that are owned, controlled, or become part either directly or indirectly of a medium-sized business or large business that meets the small business criteria as referred to in the Law of the Republic of Indonesia Number 20 of 2008 concerning Micro, Small and Medium Enterprises.

## THEORITICAL FRAMEWORK

This study uses the Audience Reception Theory or Reception Theory from Stuart Hall (1973) in analyzing the three positions of small business actors in the process of communicating government policies through the media. First, the dominant-hegemonic position where small business actors as audiences accept the full meaning of government policies for handling the pandemic that are conveyed through the media. That is, programs or messages that have been created and delivered by the media can really be well received by the audience. Second, the negotiated position in which small business actors within certain limits are positioned in the middle, negotiating against government policies and basically in consideration of accepting or rejecting the meaning proposed by the government. Third, the oppositional position where small business actors are not in line with government policies for handling the pandemic that are conveyed through the media, and then determine their own alternative choices in interpreting it.

Based on this theory, the audience interprets a text based on their experience. Each audience has different views and interpretations of a news in a media. The audience is active in creating their own meaning from a message. The active audience is indicated by the concept of encoding-decoding in the communication process. The concept of encoding-decoding is a process that occurs between the creator of the text and the audience. Messages that are constructed are framed by meanings and ideas (encoding) then will be processed to give meaning to a message (decoding). (Baran & Davis, 2012). This is in line with 's *Active Reception Theory* of Ravault (1981 & 1995) and Bakti (2004 & 2013) which were developed from Thayer's (1967 & 1987) views.

Related to the handling of Covid-19, small business actors as audiences have views and interpretations of the news based on their experience regarding government policies. The encoding-decoding process that occurs is related to what is experienced by business actors as a result of government policies in handling Covid-19. The level of effectiveness of government policies in assembling efforts for health handling and economic recovery in the midst of a pandemic affects the position of small business actors in the process of communicating government policies through the media.

There are a number of studies that use the Active Reception Theory related to the news of Covid-19 in Indonesia. Research of Dwiputra (2021) highlights public perceptions of news about COVID-19 on *Klikdokter.com*. In the decoding analysis, the majority of informants who are in a negotiating position have a critical assessment of the news about COVID-19 on *Klikdokter.com*. On the other hand, there are also informants who are in a dominant position, there is full confidence in the news about COVID-19 on *Klikdokter.com*.

Furthermore, research of Nur'ani (2021) examines the meaning of the audience for the news of the Covid-19 vaccination program on *Solopos.com* online news portal. He found that most of the informants were in the negotiated position, indicating that the news related to the Covid-19 vaccination program on *Solopos.com* was only partially accepted in the process of interpretation and they had criticisms about the news they consumed. The audience's interpretation of the news on *Solopos.com* regarding the Covid-19 vaccination program is influenced by the knowledge, experience, and media literacy abilities of each individual.

The two studies above show that the news about Covid-19 has been criticized by the public in a negotiated position. In fact, when it comes to government policies, different audiences' interpretations of information about Covid-19 in Indonesia are an important concern because the government's efforts to assemble economic recovery and control the pandemic require public acceptance. Especially for business actors as the spearhead of the economy in the community who are affected not only by the pandemic but also by the policies made by the government in pandemic handling.

The formulation of the research problem is how do small business actors interpret information and the process of consuming information from the media about government policies for handling pandemics that string economic and health recovery? In other words, what is their position as the recipient audience, is it dominant-hegemonic, or negotiated, or oppositional? The purpose of this study is to identify positions that encourage, and pressure small business actors related to government policies in handling pandemics that are conveyed through the media.

Academically, this research is expected to enrich the study of Active Reception Theory by using the context of the level of public acceptance of government policies in dealing with crises, in this case the Covid-19 pandemic which has an impact on the economic sector. Practically, this research is expected to provide input for policy makers in formulating their messages in the media.

## METODOLOGY

### 1. Paradigm

This study uses a constructivism paradigm; thus the locus of inquiry is to profile typical patterns by constructing meaning in a specifically defined social context from the point of view of the object (Boyland, 2019).

### 2. Research Approach

The researchers use a qualitative descriptive analytical research approach to have the opportunity to collect data directly from participants to develop concepts and theories in understanding the social world (Mohajan, 2018).

### 3. Research Model

The researcher uses a model that looks at the activeness of recipient audience (Active Reception Model) based on Hall (1973), Ravault (1981 & 1995), Thayer (1967 & 1987), and Bakti (2004 & 2013). The concepts applied are: *dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional positions as well as intentions, needs, and susceptibilities of the receivers.*

#### 4. Method:

- a. Population: The population of this study is small business actors in Indonesia. The purposive sampling technique was used to select small businesses affected by the government's handling of the pandemic from five different types of businesses in Jakarta and surrounding cities. This area was chosen because it is the center of the economy and the circulation of money in Indonesia. The unit of analysis for this research is individual small business actors.
- b. Data Collection: The data collection technique was carried out by in-depth interviews with five key research informants, namely Widi Hatmoko, the owner of the "Ikiloh" shoes brand who is also the Chairman of the Tangerang Craftsmen Association/ Asosiasi Pengrajin Tangerang (APTA) (25 September 2021); Nana Atmaja, owner of the "Dishabby" handcraft and digital printing business in Tangerang Regency (27 September 2021); Debbie Damajanti Soegiharto, owner of the "Pawon MbokDe" catering in Depok City (30 September 2021), Widya Harum Sarini, businesswoman of "BTA 70" tutoring in East Jakarta (2 October 2021); and Dya Loretta, an event organizer entrepreneur "Sahabat Activation" in South Jakarta (3 October 2021).
- c. Data Processing: Interview through the stages of *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Creswell, 2017: 262).
- d. Data Analysis: This is done with the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The presentation of the data is made up of a matrix to compare the reception of information and the information process of the policy for handling the COVID-19 pandemic from the five small business actors.
- e. Data Validation: Checking the validity of the data using source triangulation in which the researcher compares the results of interviews between informants and between documentation.

## RESULTS AND DISCUSSION

Since President Jokowi announced the first patient affected by Covid-19 on March 2, 2020, the media has played an important role in disseminating information on the pandemic and the direction of government policies to deal with it. Handicraft and digital printing entrepreneur as well as catering industry entrepreneur get information about government policies on handling the pandemic from online news sites and social media. "I happen to never watch TV. All information is from cellphones, sometimes it is difficult for us to distinguish whether the information is hoax or true", said Nana Atmaja (2021). "I honestly never watch TV, only get information from social media, especially WhatsApp, Instagram, and Twitter", said Debbie Damajanti Soegiharto (2021). Tutoring business owner gets information from social media, especially YouTube and WhatsApp Groups, television, and circulars from Rukun Tetangga (Neighborhood Association) and Sub-districts (Sarini, 2021). Event organizer entrepreneur gets information from online news sites and social

media Instagram,Whatsapps, and Tiktok, and circulars from government officials because her office is in the office building (Loretta, 2021).

The footwear industry entrepreneur gets information from television, online news, and social media. In addition, because APTA partners with various government institutions such as the Indonesian House of Representatives, the Ministry of Industry and Trade, as well as the Tangerang Regency Cooperatives and SMEs Service, administrators can obtain detailed information on various government policies which are then distributed to their members (Hatmoko, 2021).

Thus, small business actors tend to get information from online news and social media on government policies. Television news is not the main choice for small business actors. However, for the footwear industry entrepreneurs, they also take advantage of their network in various government agencies to obtain various government policies further. Tutoring business owner receives an appeal circular, while event organizer entrepreneur in addition to getting information from online media, information on government policies is obtained in the form of circulars that office building tenants must obey.

Small business actors in Indonesia face two problems, namely the Covid-19 pandemic that threatens public safety and government policies in dealing with the pandemic that limit business activities. The two things are intertwined and have an impact on the survival of small business actors. Footwear industry entrepreneur explained that footwear, especially shoes, has an average market for school and college student.

In the midst of this pandemic, it is clear that we have dropped drastically because there are almost no users of these shoes. School and college student do not attend because due to the pandemic there is an online school and college policy. Many footwear industries in Tangerang are no longer producing because they can't sell their products, only about 40% are still running, while the remaining 60% if not dead, it's just to eat. The market is gone, because the footwear industry in Tangerang, on average, meets the needs of school children, college students, and sports needs. In August there is usually a need for shoes to celebrate Indonesia's independence, but now it's quiet. Sandals are also the same, usually there are many buyers during Eid, but now there are also few buyers. The average turnover has fallen by 60-70%, although there are also those whose turnover has decreased by around 40% due to the help of online sales (Hatmoko, 2021).

Then the owner of the handcraft and digital printing business admitted that the pandemic caused people's purchasing power to decrease. Orders from schools and colleges have dropped drastically due to the online graduation policy. This causes the turnover to drop significantly.

In the past two years, the graduation has been held virtually, although there are still people who buy it, the turnover is very low. For souvenirs and graduation supplies, the drop was 70%. Before the pandemic, orders usually came from more than 50 schools, from kindergarten to high school, but last year there were only 20 schools. From campuses, there are usually orders from 50 campuses per year, but this year until September there are only six campuses. The number of our employees



is decreasing. For permanent employees there are six people, the rest are freelance employees for sewing, usually 28 people, during the pandemic it goes up and down between 10-15 people. The order term is also long, for example the quantity of 100,000 is usually completed a month, during the pandemic the term is extended. Its turnover in 2020 fell by 30-40%, but from profit it fell far because we lowered the selling price. In 2021 has started to stabilize. (Atmaja, 2021).

Tutoring business owner highlights the impact of pandemic coverage in the media than on government policies in handling the pandemic. Her business was completely closed because in the midst of the pandemic it was difficult to offer tutoring to students.

I also teach at Victoria Plus School Bekasi. Initially the students who entered were limited to a maximum of 10 student per class using health protocols, wearing masks, sometimes adding a face shield, each table was limited by mica glass, and there was also an antigen test. But with intense news about the dangers of a pandemic, the incoming students were reduced to 5 students and finally no students entered. All parents ask their children to study online only. Because formal schools are flexible like that, tutoring is no longer a priority, there are no enthusiasts. Because there are no students, tutoring businesses cannot pay office rent or study locations and employees (Sarini, 2021).

Event organizer entrepreneur also feels the severity of the pandemic on her business sector. The pandemic made all previously planned programs not run at all.

Since the end of 2019 we have planned a program with our clients until the end of 2020. We already have a budget plan that will be released in 2020. But with policies and consequences like this, the billing commitment cannot be implemented. Why? First, the event relies on interaction, but the pandemic has prevented us from having direct activities. Second, the overall economic sector is declining, like it or not, our clients focus on internal improvements and needs to deal with the pandemic. PSBB and PPKM make us unable to move, but now that they have started to open, we have obstacles in the community. People are worried too, are paranoid about the development of Covid, a process is needed so that people believe they can still interact. Before the pandemic, we could hold 30-40 events per month, but in 2020 we can only hold activities every two months, all of which are held online. Turnover in 2020 fell drastically to only 10% compared to before the 2019 pandemic. In 2021 there are online event every month, turnover is still small but there is an increase of about two times compared to 2020. The work team is smaller, there are reductions in permanent employees and there are no contract employees. which we extend (Loretta, 2021).

The catering industry entrepreneur felt the heavy impact of the pandemic and government policies in dealing with the pandemic in the first few months. After that, she was able to adjust to the pandemic conditions and government policies.

A number of signed contracts were canceled so that turnover dropped drastically, and I could not sue due to force majeure circumstances. At that time, both the community and the government both stuttered about the pandemic situation, which was a new experience. However, along with the policy of a number of offices

that do not allow employees to have lunch outside the office, this has become an opportunity for a catering business. The office has an obligation to provide lunch for its employees, many of whom work with caterers. The current turnover is actually the same as before the pandemic, sometimes there is an increase. The thing that makes it difficult is when there is a blocking of roads for receiving goods or delivering food to customers, other than that there are none. Even yesterday's PPKM was actually fun, there were no restrictions on odd-even number vehicle plates, the roads were quiet, so we could go anywhere, and the driver could send it to three places (Soegiharto, 2021).

From the pandemic conditions and government policies in handling the pandemic from PSBB to PPKM, it can be seen that small business actors feel different impacts. Footwear industry entrepreneur has highlighted the pandemic that has forced schools and colleges to be conducted online, which has greatly affected their sales. Likewise, the owner of handcraft and digital printing business saw online graduation due to the pandemic had an impact on her sales. The tutoring business owner saw the pandemic causing their business not to be a priority of choice for their target market, namely school students. Furthermore, event organizer entrepreneur saw the pandemic limiting direct meetings and interactions and the budget allocation from clients for events was also dropped, so that previously planned programs did not run at all. The catering industry entrepreneur actually sees the restrictions on public eating places as an opportunity to provide lunch for employees in various companies.

Regarding the attitude towards government policies in dealing with the pandemic that strings health handling and economic recovery, business actors also have different attitudes. Footwear industry entrepreneur understands that although it is difficult for him, the government's policy to limit people's activities is related to humanitarian and health issues.

When we are faced with difficult time like this, we must be able to survive. Survive and take advantage of what is there. We cannot also oppose government policies because I believe what the government is doing is for the sake of the general public (Hاتمoko, 2021).

Likewise, tutoring business owner who see positive government policies in handling the pandemic. The restrictions imposed by the government are intended to control the pandemic, which can be carried out in conjunction with economic recovery efforts.

There are some people who say that the government should focus on the health sector first, there are many comments like that on podcast. In my personal opinion, health management can be in line with economic recovery. I am in a position to support this government policy, because the goal is actually good, even though in practice it may not be smooth but at least they have thought of the goal (Sarini, 2021).

For catering industry entrepreneur, the government is trying its best to deal with the pandemic as well as to recover the economy. She accepts all government policies so far. "My family and father always say, the government is already dizzy, we shouldn't be too demanding", said Soegiharto (2021).



However, the owner of handcraft and digital printing business has criticized the government's policies on social restrictions as well as economic recovery. Her business was disrupted in obtaining raw materials and carrying out production.

During the PSBB period, delivery was hampered, online motorcycle taxis were only allowed in front of the complex, we had to pick up goods there. The guests who used to come here were intercepted at the front. In the PPKM era, it wasn't like that, but we still find it difficult to find materials because the shop is closed. If it's open, the rolling door is opened small, we want to buy it but the civil service police come. Not to mention the insulation rules, until I wanted to shop for materials at the Asemka Morning Market in West Jakarta, I was confused about which way to go. At that time there were not many vaccines, but a cross-regional ban was imposed. I was penalized once when I received an order from the South Tangerang Regional General Hospital, the hospital ordered 200 imported car umbrellas but the umbrellas were blocked at the airport, banned because the goods were from China... My workplace is in the complex, so there has never been the civil service police here. If I order a lot of overtime over 10 pm, it can even arrive in the morning. Head of hamlet just asked but did not forbid. During PPKM the employee limit is 50% but we just ignore it (Atmaja, 2021).

Event organizer entrepreneur follows all government social restrictions and health procedures implemented in the office environment. But she criticized the government's efforts to restore the economy.

When it comes to social restrictions, I follow the government. We are aware of the health issues caused by this pandemic and understand the spread. For government policies in the health sector, I believe they are effective, but economically they are very weak and slow (Loretta, 2021).

With regard to economic recovery assistance from the government during the pandemic, small business actors also have a different attitude. Footwear industry entrepreneur acknowledges the existence of financial assistance, but it is not effective.

Some business actors do not have a business entity and business registration number so they cannot access financial assistance. For footwear industry entrepreneurs who have business entities and business registration numbers, the assistance also runs out for daily needs. If we can't make sales even though we are given any amount of capital, then it certainly won't turn around (Hatmoko, 2021).

Likewise, tutoring business owner who receive assistance in the amount of Rp. 2.4 million, but because her business is not running, the money is used up for daily needs (Sarini, 2021). Event organizer entrepreneur did not receive assistance from the government even though she had tried to go through IWAPI (Indonesian Women Entrepreneurs Association) as an organization she joined (Loretta, 2021). Catering industry entrepreneur does not expect government assistance because the existing capital is sufficient, and she do not want to depend on assistance (Soegiharto, 2021). The handcraft and digital printing business owner received assistance from the government in the form of exemption from loan interest at BRI during April to December 2020, but she did not receive any other assistance as small businesses.

In a condition like this we need capital, the money is used up for material spending, we can't pay our employees anymore, who are we looking for a loan

from? Almost all of my friend's business were shaken, even collapsed. We couldn't get a loan from the bank, KUR (People's Business Credit) was stopped, Kupedes (Rural General Credit) BRI was stopped. Most of the offers are from the private sector (Angkasa Pura) and cooperatives, but the interest is not small (Atmaja, 2021).

Thus, the attitude of small business actors has differences towards government policies in health handling and economic recovery. This difference in attitude is influenced by the characteristics of the business. Footwear industry entrepreneur and tutoring business owner see that the market is lost more due to the pandemic than government policies. Both of them fully support the government's social restrictions policy in handling the pandemic. For government assistance in economic recovery, the obstacles that occur are more due to their own internal factors where the footwear industry entrepreneur do not meet administrative requirements and are unable to make sales, while tutoring business owner have closed her office.

The handcraft and digital printing business owner, although she received assistance for exemption from bank loans, criticized the government's suboptimal efforts to restore the economy because it did not help with capital and considered the social restriction policy to make it difficult to find raw materials and production. As for the Event organizer entrepreneur, she saw that the market was lost more due to the pandemic than government policies, so he fully supports the government's policy on social restrictions, but she criticizes the government's policy on economic recovery which is considered unclear. However, the catering industry entrepreneur who are not too bothered by the government's social restriction policy for business continuity fully support what the government is doing, and she have no intention of asking for economic assistance.

In the pandemic conditions and government policies in handling the pandemic, business actors have their own steps. Tutoring business owner who have closed their businesses chooses to hold private lessons at their homes with only 3 participants. To organize online tutoring, she is still learning what it looks like and considering the interest of prospective students to participate. (Sarini, 2021).

Footwear industry entrepreneur see "blessing in disguise" of the pandemic from three things: encouraging online sales, improving product quality, and trying to have their own brand. First, the members of APTA who have done online sales have reached 80%, some are already good, but some are just running and some are still learning. APTA members who have the ability to make online sales experienced the least sales decline during the pandemic. Second, APTA members try to improve product quality because the online sales market has many competitors who produce quality products. Third, APTA members began to create their own product brands. Previously, many of them pirated other brands and their products were sold cheaply with low quality. By improving product quality and using their own brand, they can get higher profit margins (Hatmoko, 2021).

The handcraft and digital printing business owner tends to face the pandemic by relying on promotions, offers, and online transactions. Her business, which was used to using online before the pandemic, was helped during the pandemic. In carrying out production, she circumvents the government's policy regarding social restrictions.

For marketing, because my business usually uses digital marketing, it is not so affected. I use social media Instagram. I usually also submit proposals to private companies and participate in government tenders through the LPSE (Electronic Procurement Service). I want employees to get jobs. For example, 100 sewing orders, I share. Or I offer them to work 10 people for this week, then the next week there is another order in turn for 10 other people, and so on. Then, because the purchasing power of the people fell, I thought about how to make the goods sell, so the price was lowered too (Atmaja, 2021).

Catering industry entrepreneur relies on social media, especially Facebook and Instagram, to promote her businesses. In addition, because her business has been running for about seven years, she already has a number of clients from government agencies and private companies. All transactions are carried out online, ordering using the WhatsApp system, and payment via transfer. Health protocols are implemented, including requiring all employees to be vaccinated. In running a catering business, she prioritizes collaboration with other small business actors.

Actually, during a pandemic, I once said on social media, what should businesses do? If attacking each other is wrong, at this time there must be a lot of collaboration. Honestly, I do a lot of collaboration with other small business actors. There are several friends who support each other, so it was actually wrong during the pandemic that we tripped each other (Soegiharto, 2021).

For event organizer entrepreneur, the transfer of all event programs to digital channels is a must. But the problem is that online event programs don't have an audience compared to face-to-face events. In addition, the profit margin of organizing online events is much less.

We persist with webinars, content creation activities in online media on client sites, YouTube, and Instagram. Finally, our business has changed, we only do a few pure event organizer activities. We're slowly improving, but quantitatively it's still quiet. Incidentally, we hold several government and private clients, one of which is about education, then there are socialization events, workshops or training, and there are institutions that we also hold. But the problem is, the audience who is technology literate cannot be generalized. We usually hold an offline exhibition that can be attended by up to 8,000 women, once we set up an online exhibition the number of people present can't reach that much. If we hold a women's brand by gathering women up to 500 people in the Zoom forum, it's very difficult. Then if we do a live zoom event, the price is low because there are many free webinar competitors (Loretta, 2021).

Although there are differences, the steps of small business actors have one common thread, namely that business digitization efforts are an important way to survive and thrive in the midst of a pandemic. Footwear industry entrepreneur, handcraft and digital printing business owner, and catering industry entrepreneur are digitizing in terms of promotions and transactions. The event organizer entrepreneur encourages the digitization of the programs. Meanwhile, tutoring business owner who has not done digitization has not been able to return to her business again. Another important step is efforts to improve product quality and make their own brands by footwear business actors to be more competitive in capturing the market. The aspect

of collaboration among small business actors is also shown by catering industry entrepreneurs so that they can face the pandemic together.

Matrix 1. Comparison of Type of Small Business in Decoding-Encoding.

<b>Type of Small Business</b>	<b>Information Source</b>	<b>Impact of Pandemic and Government Policies</b>	<b>Attitude (Position) of Small Business Actors Towards Government Policies</b>	<b>Active Steps for small Business Actors According to Opportunities, Needs, Intentions and Susceptibilities</b>
<b>Footwear Industry</b>	Online news sites, social media, television, and networks in government institutions	The market has dropped drastically as students and college students study online	Fully support and comply with health and economic policies ( <i>dominant position</i> ).	Relying on digitization in terms of promotions and transactions, improving product quality, and creating own brand
<b>Handcraft and Digital Printing</b>	Online news sites and social media	Sales dropped drastically due to online graduation. Difficulty finding raw materials and production.	Criticizing health policies, especially social restrictions, and economic recovery policies ( <i>oppositional position</i> ).	Relying on digitization in terms of promotions and transactions
<b>Catering Industry</b>	Social media	Pandemic and restrictions on public eating places as a business opportunity. The market is stable and sometimes up.	Fully support and comply with health and economic policies ( <i>dominant-hegemonic position</i> ).	Relying on digitalization in terms of promotions and transactions, as well as collaboration with small catering businesses
<b>Tutoring business</b>	Online news sites, social media, and circulars from neighborhood association and sub-districts	The business is completely closed because students don't make tutoring a priority	Fully support and comply with health and economic policies ( <i>dominant-hegemonic position</i> ).	Not to do digitalization and the business is closed

Type of Small Business	Information Source	Impact of Pandemic and Government Policies	Attitude (Position) of Small Business Actors Towards Government Policies	Active Steps for small Business Actors According to Opportunities, Needs, Intentions and Susceptibilities
Event Organizer	Online news sites, social media, and policy circulars that must be obeyed by office building tenants	All planned event programs are not running	Fully support and comply with health policy but criticizes economic recovery policy ( <i>negotiated position</i> )	Doing digitalization in events

Source: Primary Research Data.

Based on the Active Reception Analysis, the audience actively participates in creating their own meaning from a message which is the encoding-decoding communication process. The audience interprets a text based on their experience. Footwear industry entrepreneur who has networks with various government agencies has the opportunity to obtain detailed information on the direction of government policies that have been obtained from the media (online news sites, social media, television). He understands and complies with the policy of applying online learning, even though the consequence is a drastic decline in the market. The pandemic condition causes footwear business actors to experience difficulties in terms of marketing. The efforts made are digitization in terms of promotions and transactions, improving product quality, and making their own brands. Thus, the footwear industry entrepreneur accepts the full meaning of the government's policy for handling the pandemic (*dominant-hegemonic position*).

Furthermore, handcraft and digital printing business owner obtains information on government policies through online news sites and social media. She understands the policies of online schools and lectures that cause graduations to also take place online. The reduced market is overcome by relying on digitization in terms of promotions and transactions. She criticized the policy of social restrictions which made it difficult for her to find raw materials and carry out production and government economic assistance that did not include capital. To carry out production she ignores the PKKM policy which limits the number of employees to a maximum of 50%. Employees still come in as usual and sometimes work overtime if there are many orders. Thus, handcraft and digital printing business owner is not in line with government policies, both for health care and economic recovery, because it is difficult to find raw materials and carry out production and does not help in terms of capital (*oppositional position*).

Then, catering industry entrepreneur gets information on government policies from social media. Instead, she sees the pandemic and the policy of restricting public

eating places as a business opportunity to supply lunch catering in various offices. During the pandemic the turnover is stable and sometimes even increases. This is also supported by her business that relies on digitalization in terms of promotions and transactions, as well as collaboration with small catering businesses. She also did not want to ask for economic assistance from the government. She fully supports and complies with health and economic policies. Thus, the catering industry entrepreneur fully accepts the meaning of the government's policy for handling the pandemic (*dominant-hegemonic position*).

The tutoring business owner obtains information on government policies from online news sites, social media and circulars from neighborhood association and sub-districts. She sees that her business was completely closed more because of the pandemic news than due to government policies so that students did not make tutoring a priority. She fully supports and complies with government policies in handling health and the economy. But because she did not digitize, her business has not reopened and only accepts private lessons at her home. Thus, tutoring business owner accepts the full meaning of government policies for handling the pandemic (*dominant-hegemonic position*).

Finally, event organizer entrepreneur receives government policy information from online news sites, social media, and policy circulars that must be obeyed by office building tenants. Due to the pandemic, all planned event programs did not run. She sees the market being lost more because of the pandemic than government policies, so she fully supports the government's policies on social restrictions. Event organizer entrepreneur encourages the digitization of event programs, but the turnover is very small compared to if she held face-to-face events. Her income which fell drastically and the absence of economic assistance from the government caused her to criticize the government's policies on economic recovery which were considered unclear. Thus, event organizer entrepreneur is within certain limits in line with government policies, namely regarding health handling, but criticizes economic recovery policies (*negotiated position*).

Matrix 2. Differences in the Position of Small Business Actors  
as Audience in Reception Analysis.

Audience Position	Informant
<i>Dominant-hegemonic position</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Footwear industry entrepreneur</i>, fully supports and complies with policies on health handling and economic recovery.</li> <li>• <i>Catering industry entrepreneur</i>, fully supports and complies with policies on health handling and economic recovery.</li> <li>• <i>Tutoring business owner</i>, fully supports and complies with policies on health handling and economic recovery.</li> </ul>
<i>Negotiated position</i>	<i>Event organizer entrepreneur</i> , fully supports and complies with health policy but criticizes economic recovery policy.
<i>Oppositional position</i>	<i>Handcraft and digital printing business owner</i> , not in line with government policies, both for health handling and economic recovery.

Source: Primary Research Data.



In government policy in handling the Covid-19 pandemic, messages that are constructed are encoded by the audience and then given meaning (decoding). On the social representation of media receptions under the Covid-19 lockdown conditions in Columbia it was found, “these representations vary and are assessed both positively and negatively by participants, depending on the information received, the media channel, and the way its reception can affect family and psychological wellbeing and people’s mood during lockdown” (Garcés-Prettel et al., 2021). However, in this study of small business actors, there are a number of factors that encourage and pressure small business actors in the reception of information and the process of consuming information. Differences in perceptions of government policies are due to differences in experience, business characteristics, and efforts to survive in the midst of a pandemic. Footwear industry entrepreneur, catering industry entrepreneur, and tutoring business owner fully support and comply with policies for health handling and economic recovery. Event organizer comply fully supports and complies with health policy but criticizes policies in the economy recovery due to difficulties in continuing their business and not getting any assistance from the government. The handcraft and digital printing business owner criticizes the government’s policies for health handling, especially social restrictions, as well as economic recovery because it has an impact on her business activities, ranging from difficulties in finding raw materials, production, to capital problems.

Digitalization effort is an important way for small business actors to survive and thrive in the midst of a pandemic. Without a pandemic, digitalization effort is a must for business actors. The pandemic has indeed accelerated digital penetration, but the thing to note is that digitalization efforts are constrained by differences in the ability of each business actor to utilize it. The public’s readiness to access the digital world is also a challenge for business actors in reaching their target market. Although people have the same level of access and interest in using digital technology, the skills and practices are very different (Halford & Savage, 2010).

Digital technical problems really need to be addressed, such as low connectivity performance, spectrum shortage, low site density, and lack of affordability on terminal devices (Satriya, 2019). But digital empowerment is not a direct consequence of ownership and use of technical facilities, but a multi-phase process to gain better networking, communication and collaboration opportunities, and to increase the competence of individuals and communities to act in an information society (Mäkinen, 2006).

Related to the Active Reception Analysis, as believed by Bakti (2004 & 2013), Ravault (1981 & 1995) and Thayer (1967 & 1987), that recipients of information have good intentions, needs, and susceptibilities, if the policy can know it then they will easily adopt the information or policy from the outside. In this case, government policies that compile health handling and economic recovery need to facilitate the intentions, needs and susceptibilities of small business actors to increase the ability to make new adaptations in the pandemic era. The opportunities for networking, communication, and collaboration generated by digital technology make it easier for small business actors to obtain raw materials and build production networks without being too disturbed by social restriction policies. The community’s ability to access the digital world also needs to be activated and improved to expand the

digital market that is ready for small business actors to enter. Thus, the acceptance of small business actors to information and the process of consuming information from the media about government policies can be even more active, because it facilitates their need to adapt in the pandemic era.

## CONCLUSION

Small business actors have different attitudes towards government policies in health handling and economic recovery during the Covid-19 pandemic. This difference in attitude is influenced by experience, business characteristics, and efforts to survive in the midst of a pandemic. Footwear industry entrepreneur, catering industry entrepreneur, and tutoring business owner are in a *dominant-hegemonic position* that fully support and comply to policies in health handling and economic recovery. Event organizer entrepreneur are in a *negotiated position* that fully supports and complies with health handling policy but criticizes economic recovery policy. The handcraft and digital printing business owner are in an *oppositional position* that is not in line with government policies, both in health handling and economic recovery.

Efforts to digitize business are an important way for small business actors to survive in the midst of a pandemic. Government policies that compile health handling and economic recovery need to encourage small business actors to optimize digital technology to obtain raw materials, build production networks, and expand digital markets. Further research is needed using a quantitative approach with survey data collection to obtain a more representative picture of the position of small business actors regarding government policies in handling the Covid-19 pandemic.

## REFERENCES

- Bakti, A. F. (2004). Communication and Family Planning in Islam in Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program. Leiden: INIS.
- Bakti, A. F. (2013). Raising Public Consciousness about the Importance of Freedom of Expression in Democratic Society and on Enhancing the Quality of Life of the Ordinary Citizen the Case of Indonesia. *Journal of Development Communication*, 25(1), 1-14.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). Mass communication theory: foundations, ferment, and future (6th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Boyland, J. R. (2019). A social constructivist approach to the gathering of empirical data. *Australian Counselling Research Journal*, 13(2), 30-34. [http://www.acrjournal.com.au/resources/assets/journals/Volume-13-Issue-2-2019/Manuscript5 – A Social Constructivist Approach.pdf](http://www.acrjournal.com.au/resources/assets/journals/Volume-13-Issue-2-2019/Manuscript5-A-Social-Constructivist-Approach.pdf).
- Creswell, J. W. (2017). Research design: pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26-37. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>.



- Garcés-Prettel, M., Navarro-Díaz, L. R., Jaramillo-Echeverri, L. G., & Santoya-Montes, Y. (2021). Social representations of media reception during the COVID-19 lockdown in Colombia: from messages to meanings. *Cadernos de Saude Publica*, 37(2). <https://doi.org/10.1590/0102-311x00203520>.
- Halford, S. & Savage, M. (2010). Reconceptualizing Digital Social Inequality. *Information, Communication & Society*, 13(7), 937-955. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2010.499956>.
- Hall, S. (1973). Encoding and decoding in the television discourse. Birmingham: University of Birmingham.
- Katadata.co.id. (2020). Digitalisasi UMKM di tengah Pandemi Covid-19. <https://katadata.co.id/umkm>.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2019). Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) Tahun 2018-2019. [https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002\\_SANDINGAN\\_DATA\\_UMKM\\_2018-2019.pdf](https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019.pdf).
- Mäkinen, M. (2006). Digital Empowerment as a Process for Enhancing Citizens' Participation. *E-Learning*, 3(3), 381-395. <https://doi.org/https://doi.org/10.2304/elea.2006.3.3.381>.
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23-48. <https://doi.org/10.26458/jedep.v7i1.571>.
- Nur'ani, A. (2021). Analisis Resepsi Pembaca Terhadap Berita Vaksin Covid-19 [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/94276/>.
- Pangastuti, T. (2021). Ketua Asosiasi UMKM: 2020, Pelaku UMKM Bangkrut Capai 30 Juta. *Investor.Id*. <https://investor.id/business/ketua-asosiasi-umkm-2020-pelaku-umkm-bangkrut-capai-30-juta>.
- Ravault, R. J. (1981). Information Flow: Which One Is the Wrong Way? *Journal of Communication*, 31(4), 129-134.
- Ravault, R. J. (1995). Development Durable, Communication et Reception Active. *Chaire UNESCO*, August 22.
- Satriya, E. (2019). Indonesia digital for future economy and inclusive urban transformation. Jakarta: Coordinating Ministry for Economic Affairs.
- Thayer, L. (1967). Communication and Communication System in Organization, Management and Interpersonal Relations. Homewood, Ill.: Richard Irwing.
- Thayer, L. (1987). On Communication Essays in Understanding. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Company.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan. 8 Agustus 2018. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 128. Jakarta. <https://jdih.bsn.go.id/produk/detail/?id=730&jns=2>Interview.

Atmaja, Nana, owner of the “Dishabby” handcraft and digital printing business in Tangerang Regency (27 September 2021).

Hatmoko, Widi, the owner of the “Ikiloh” shoes brand who is also the Chairman of the Tangerang Craftsmen Association/ Asosiasi Pengrajin Tangerang (APTA) (25 September 2021).

Loretta, Dya, an event organizer entrepreneur “Sahabat Activation” in South Jakarta (3 October 2021).

Sarini, Widya Harum, businesswoman of “BTA (Bimbingan Tes Alumni) 70” tutoring in East Jakarta (2 October 2021).

Soegiharto, Debbie Damajanti, owner of the “Pawon MbokDe” catering in Depok City (30 September 2021).



# Social media message writing styles of digitalized small enterprises in Indonesia during the Covid-19 pandemic

Estilos de redacción de mensajes en redes sociales de pequeñas empresas digitalizadas en Indonesia durante la pandemia de Covid-19

Styles d'écriture des messages sur les réseaux sociaux des petites entreprises numérisées en Indonésie pendant la pandémie de Covid-19

ANNA AGUSTINA

*Universitas Pancasila, Indonesia*  
*annaagustina@univpancasila.ac.id*

RETOR A.W. KALIGIS

*Universitas Pancasila, Indonesia*  
*retorawkaligis@univpancasila.ac.id*

MUHAMMAD ROSIT, M. SI.

*Universitas Pancasila, Indonesia*  
*muhammadrosit@univpancasila.ac.id*

## Abstract

Pandemic Covid-19 limited our mobility or encouraged us to stay at home while daily activities at home and workplaces have to be conducted timely. The context rising online activities and changing behavior in society from face to face supported by digital and online activities into fully online activities to stop the spread of the virus. Indonesian context, digitalized SME's survive within the pandemic, while non-digitalized ones suffers. Number of SME's in Indonesia will have reached

99.9 percent of the total business actors in 2021, therefore having more number of digitalized SME's is important to stabilized economic sector in Indonesia. This article aims to investigate the writing style of digitalized SME's that survived in pandemic, so that we could give references in digitalizing other SME's to have more resilience in facing the crisis. Using case study on every line of SME's business that is success overcoming the crisis during pandemic in Indonesia, the research purposively analyzed Instagram account of @batikstore, @kopijanjijiwa, @gadgeting, and @zaidulakbar as case study. Observation analysis results on data document which are all content within the four accounts found that for fashion the writing style is hard-selling, for foods and beverages use audience focus style, gadget line using educational writing style, and pharmacy uses story telling writing style.

**Keywords:** Digitalized, SME's, social media Instagram, content, Indonesia.

## BACKGROUND

The COVID-19 pandemic has increased the use of digital media. Work from home (WFH), study from home, electronic home shopping are examples of activities that boost the number of digital media usages. The Ministry of Coordination of Infrastructure and Regional Development Acceleration of Indonesia, Deputy for ICT and Utility identified that e-commerce has increased by 36 trillion rupiahs, up 26 percent from the monthly average, including SMEs e-commerce (2019). The percentage of new consumers or those who shopped online for the first time during the PSBB (Large-Scale Social Restrictions) increased by 51 percent, and the volume of transaction requests jumped 5-10 times during the pandemic (katadata.co.id).

Availability, accessibility, and affordability of arena, internet, and technology facilitate, support and encourage the change of the people behavior in meeting the needs and wants during the pandemic. The development of media variety in Indonesia enables individual to have their own account in social media (Nugroho, et.al., 2012). Due to the pandemic, at first the people are forced to adopt and do the adaptation to the new situation. People have to do everything and anything from home. We have to do adaptation within the new media environment in our life. Not only for work, but also doing all our daily activities online. Daily activities providers also have to change their service from offline mixed with online to 100 percent online. The demand and supplies, the people and providers together formed the new ecology of behavior with the new professional practices. The situation gives opportunity and new arena for SME's in Indonesia to grow while the big brand holder or enterprises experienced the drop of income due to the pandemic.

The Ministry of Coordinator of infrastructure and regional development acceleration observed and forecast that the number of SME's in Indonesia will have reached 99.9 percent of the total business actors in 2021. Along with the very high percentage, the contribution of SMEs to the National Gross Domestic Product (GDP) is also relatively high, namely 60,5 percent. However, of the total number of SME's in Indonesia, only 16% are digitalized (Ministry of Cooperatives and Micro, Micro, Small and Medium Enterprises, 2019). Efforts to increase the number of digitalized MSME's are important to study, even more so these digitalized SME's demonstrated

a high resilience in the face of the Covid-19 pandemic. Therefore the Indonesian government pays special attention to the digitalization of MSME's.

## LITERATURE REVIEW

Based on the Road Map for the Digitalization of SMEs, Indonesia targets for 13.5 million SMEs to be connected in 2021 to digital platforms, 19.0 million in 2022, 25.5 million in 2023, and 30 million in 2024. Efforts to achieve the target are supported by various government activities, including increasing digital literacy, production capacity, product quality, and support to open market access to increase competitiveness. This activity aims indeed to increase the capacity of SME's, making them more ready to compete (Ministry of Cooperatives and SME's, 2020). The focus of the study in this article is a small business which is defined as a productive economic business that stands alone, which is carried out by individuals or business entities that are not subsidiaries or branches of companies that are owned, controlled, or become part either directly or indirectly of medium-sized businesses or large businesses and that meet the criteria for Small Businesses as referred to in Regulation No. 20 of 2008.

This study aims to identify the writing style used in messages published on social media for micro-enterprises which were digitalized during the Covid 19 pandemic. Messages in communication science consist of four factors, namely: source, channel, receiver and effect. Messages are a force for business actors in influencing consumer behavior in the context of technological disruption, where messages as understood by the receiver are considered to be at the core of communication. Content analysis of social media messages, especially on Instagram, which is managed by small digitalized business actors, was carried out to identify patterns in the uploaded messages. The significance of the study is by understanding the pattern of social media messages for small business actors which survive during the pandemic, researchers will find a recipe for writing style on digital messages for small businesses by learning from the proven success Instagram account of small businesses actors. The findings of this recipe will be the result of a study that can be replicated by other small businesses so that they become digitalized and are able to survive in the context of disruption.

This study uses the concept of type of writing styles for social media to analyze messages uploaded by small businesses that are digitalized so that they can survive in conditions of disruption. Freberg (2019: 148-153) found styles of content writing from his observations on product messages with well-known brands. There are 9 writing style used by the big brand enterprises, which are:

1. Professional writing style presented by General Motor brand. Its social media content structured the writing the same as the structure on traditional mainstream media. Posing people who has great credibility in the company with his/her credentials in text. The focus of content is on providing information clearly on 5W1H format and also giving the space for interaction di their account.
2. Snarky and Spunky writing style posted by Wendy's brand. The style integrates their attitude in the social media content to present entertainment

and encourage engagement. Wendy's position its brand as youth with cool style in snarky and spunky.

3. Product and Brand focused writing style performed by all the product line under Under Armour brand. It posts people and its characteristics activities relate to the image of the brand ambassador it posts. The writing style characterised by its product and its function along with the to action using the product. On its facebook account, Under Armour posted running series product through action engagement to run. On Instagram, it posts the rock photos and videos, with line of its product relate to trainings with hashtags #therockproject, as example.
4. Audience focused writing style applied by Budweiser brand. The style counts on storytelling in social media. Budweiser integrates the message with character of media used to promote. It focused is on the public of the media it used.
5. Inspirational style as used by Adidas brand. Adidas social media content not only focused on product, but also the target audience emotion and psychological of its public. Adidas uses psychological approach more by giving inspirational message to influence its target audiences to give the feeling of being part of the community by using endorser that is known publicly such as Kobe, and Messi.
6. Conversational style used by Dunkin Donuts content. Dunkin Donuts social media content not only push by point of selling. It focused on about being social. It is optimizing the used of emoji and all features to engage to its audiens.
7. Witty style that is used by Taco Bell media social content. This style integrates humor and cleverness in the content. Creative content writing is the most content used in this brand.
8. Educational style is used in Sephora content writing. It uses social media to educate the public. Sephora is a beauty industrial uses its social media not only to promote its product and campainging it, but also educating audiens about make up trend, make up update, tutorial, and how to do make over to refresh individual performance or new looks.
9. Personality Focused style used by the brand of Charmin in its media social. This style support and try to support their product to be more human using personification to engage prime audience. The style that wighted more on the brand primary audience by promoting positive vibes of human.

## METHODOLOGY

The population studied in the research is digitalized SMEs stated in the database of the Indonesian Ministry of SMEs. Purposive sampling techniques are adopted within the criteria 'having partnership with marketplace and financial technology', in the retail category within the product line of public daily needs, which are focusing products based on the ministry database. The options on retail category consist of 'food', 'fashion/clothing', 'gadget', and 'pharmacy.' The data

are documented from Instagram account of the chosen small business made by the ministry then analyzed.

The research question of the article is: What is the content writing style applied by Instagram account owners who are classified as successful SMEs? The article applied case studies research design. It applied to collect, present, and analyze data fairly in order to investigate the writing styles of the social media content of SME's survived within the COVID-19 pandemic in Indonesia. Content analysis of data that posted in the Instagram chosen are observed and analyzed. The SME's account chosen and recommended by the ministry are @batikstore on fashion SME, @kopijanjiwi on food and beverages, @gadgetin on gadget line of SME, and @zaidulakbar for pharmacy.

## RESULT

All the four accounts recommended by the Ministry of SME's are observed by identifying its postings from the profiles of the accounts, management and owner of the account descriptions to confirmed that it is managed by Indonesian, and during the pandemic Covid-19 the account is stable and even rise significantly in the point of sales due to the rise online transactions. The owners of accounts are having partnership with legitimate financial technology provider, marketplace, application to support their promotion, transactions, and point of sales. From these the accounts are:

Tabel 1. Instagram account name and data.

No.	Account name – line business	Followers	Posts	Following
1.	@batikstore – fashion	505,000	6995	10
2.	@kopijanjiwi – food & beverages	484,000	1987	10
3.	@gadgetin – gadget	1.6 millions	1732	42
4.	@zaidulakbar – pharmacy	3.1 millions	3566	106

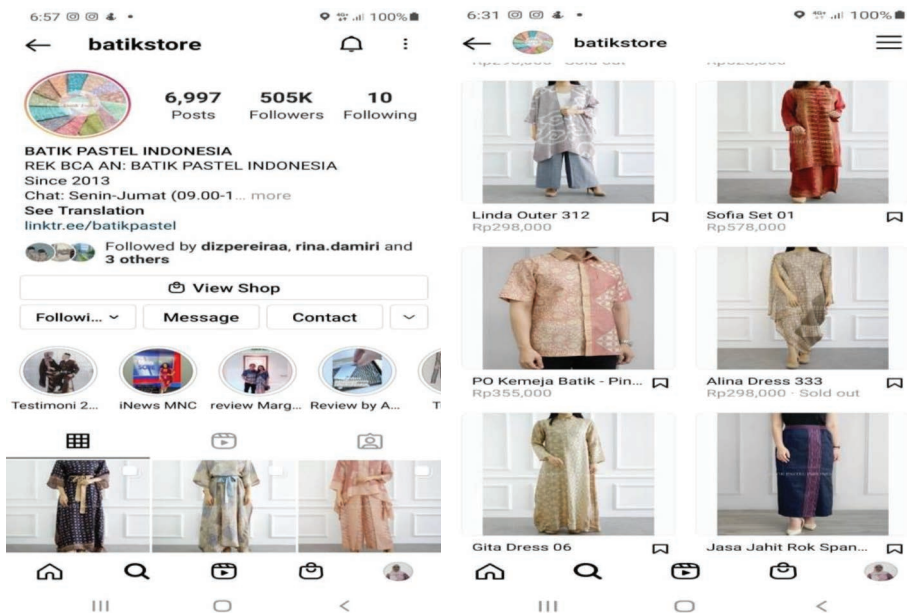
**First account is @batikstore** Instagram account who positioned itself as Batik Pastel Indonesia. It sells batik as fashion through Instagram social media. The differentiation is in its pastel color batik. Pastel color is soft gradation of colors that characterized the modern batik. Indonesian traditional batik mostly used dark color such as black, dark chocolate and its gradation to black. The clear color, gold or silver could be used for certain occasion or high class only. By narratively used pastel color in batik, it shows adjustment to alternative media in which instagram is one of the social media. Product posted also shows that it used all features of instagram, which are IGfeed, IGTV, IG reels, IG Stories, comment, like, direct chat/share, saved collection mark, and hyperlinks to several supporting sites which are its online shop store, shopee marketplace, order & payment facility: credit or debit card, Paypal, and Shop pay the fintech in shopee marketplace. The content focused on product. It could be seen from postings without face of the model consistently. The structure of message below the photos is name of product, code of the product, description of it, hyperlink with the same content but in its online shop store, day and time to chat, contact number with description late response meaning if you contact by that



number means it will be late response. The page encourages to directly order to products with the word info order, and also encourage order online than contacting the number. The last part of the content is hastags on Its product #batikpastel #dressbatik #kaftanbatik #kaftan #dress #batik. From all the content in @batikstore we could see that it supports hard selling, point of sales, and direct selling using instagram. The characters of its content don't have similarities from all the style described by Freberg. Hence the number of its followers is 505 thousand. The data shows that Indonesian still looking into the **hardselling style** in buying the fashion product through instagram.

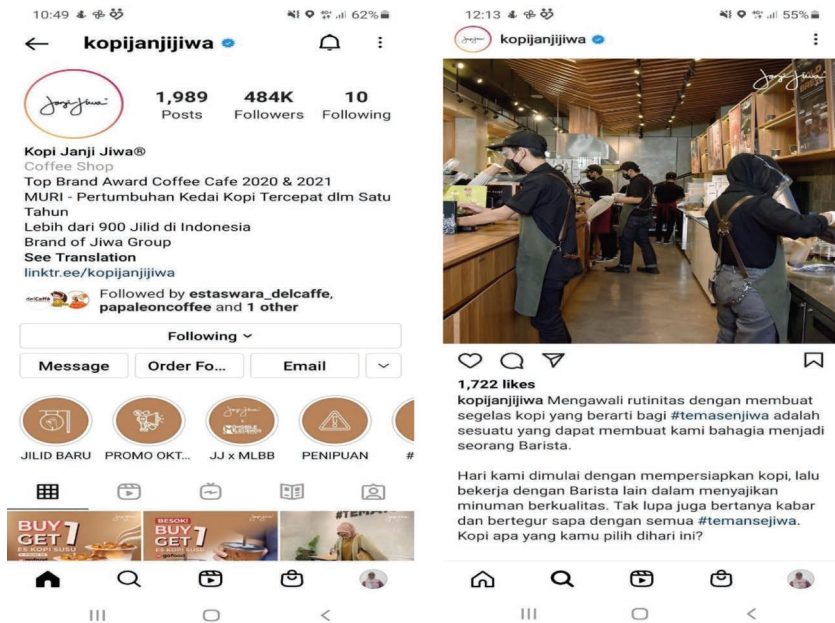
**Second account is @kopijanjiwi.** It sells foods & beverages mainly coffee. It has 6995 posts, consists of 50 percent videos and 50 percent pictures. It has 484,000 followers, already posted 1987 video or photos. The history of Janjiwi brand posted by the owner in the history features that is not used by @batikstore, @gadgetin, and @zaidulakbar. The owner promised to himself that he will be doing something he has not done it before, therefore he put a brand of his coffee business as Janji Jiwa, meaning a promise from the soul. The concept captured is sharing experience that is relate to individual lifecycle, events, feelings in story telling style.

Figure 1. @batikstore Instagram account – no face posts.



It also uses other features which are IGfeed, IGTV, IG reels, IG Stories, comment, like, direct chat/share, saved collection mark, and hyperlinks to its supporting application Gojek. The application that provides space to do product promotion, order services, and Gopay fintech payment facility. Different from the @batikstore, @kopijanjiwi presents narrative presenting context that will connect people, product and the lifestyle.

Figure 2. @kopijanjiwi Instagram account – context.



The content of its Instagram consists of photo, several photos, video, video and photos then texts. The text always starts with putting in the context, then description of sharing experiences such as happily meeting people on site the store unexpectedly like a surprise reunion; promotion on product such as buy 1 Get 1; description of daily activities or motivational message. Put in context such as:

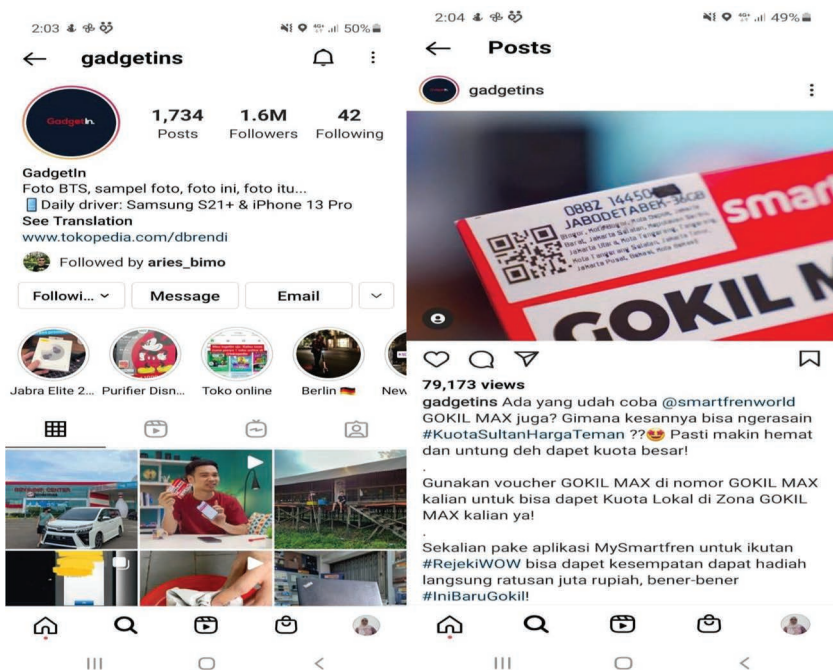
“Mengawali rutinitas dengan membuat segelas kopi yang berarti bagi #temansejiwa adalah sesuatu dapat membuat Bahagia menjadi seorang Barista” (starting daily routines with making a cup of coffee for your #soulmate is a thing that makes a Barista happy).

Then description of daily activities example is “Hari ini kami ...dimulai dengan mempersiapkan kopi, lalu bekerja dengan Barista lain dalam menyajikan minuman berkualitas” (Our day... started with preparing coffee, then working with Barista colleague in providing quality drinks).

The text represents writing style of @kopijanjiwi. It promotes comfort feeling to netizen by sharing and caring by giving more space to story-telling before finally connect to its product. At the end, it puts also hashtags that present their writing style which are #ceritakopijanjiwi (story coffee janjiwi) So, the writing style used by @kopijanjiwi is the audience writing style that is used by Budweiser. It is not hardselling strategy like being used by @batikstore. The owner Kopi Janji Jiwa is a coffee business who gives franchise to other individual who wants to have business in food and coffee beverages using Janji Jiwa brand. Therefore he is not presenting himself on every posts on Instagram. **The style is audience focus.**

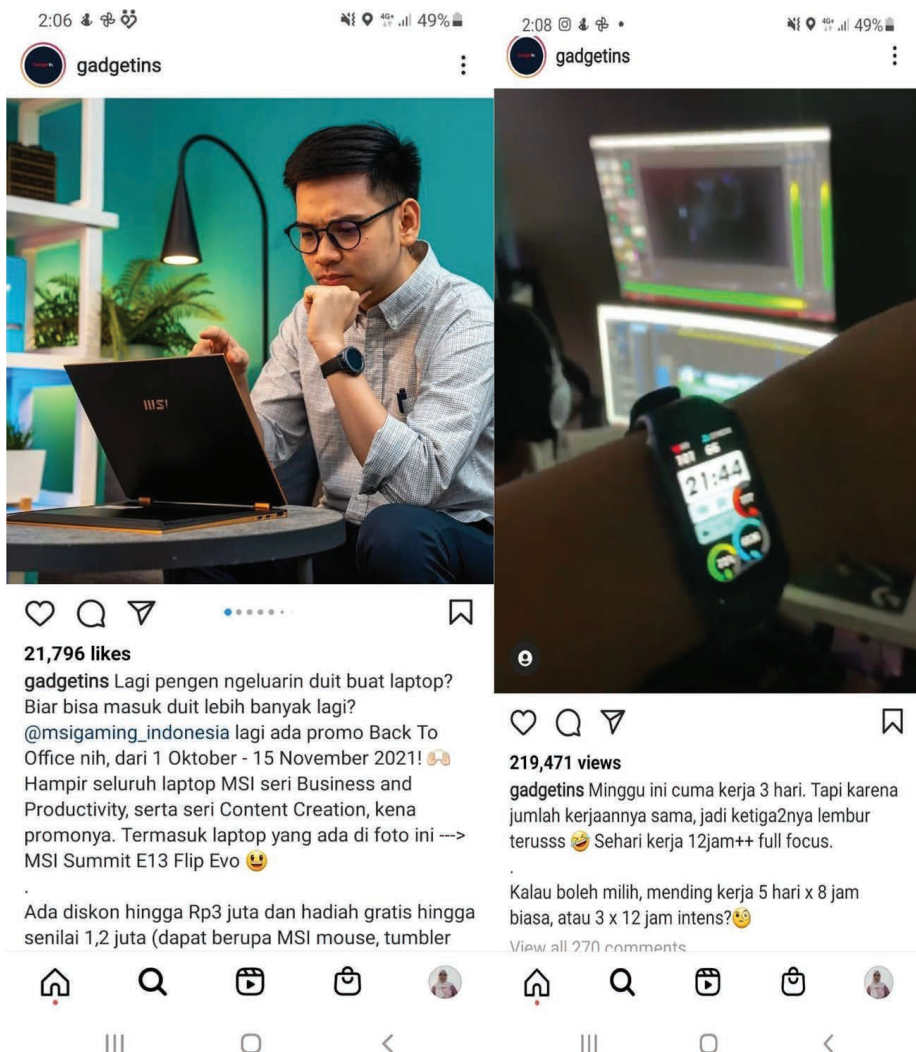
**Third data is @gadgetin.** The owner of account sells service of reviewing gadget through his Instagram account. New profession in the social media era. He doesn't use his name for the account but the thing he reviews which is gadget. There are so many gadget emerging, and the society need more information on how to choose so many gadget options. The account supplies the information needed by the society. Indonesia has huge number of population who needs information on how to choose so many gadget options with each so many features, therefore the owner of this account has so many followers while he only follow 10 accounts. This is new commodity and profession emerged in the rise of telecommunication and social media era. The account posted 1732 posts, has 1,6 millions followers while only following 42 accounts. Form of content in the account are photos, videos, and texts. Different from the first two accounts, this account does not sell 1 product like batik, or food & beverage. It sells information and individual review on variety of gadget. The account owner gain revenues from the number of followers, not only from Instagram as platform he uses to promote his reviews, but also from the product brand that he reviewed. Instagram become a new arena of advertisement that benefitting the account owner or influencer on the frame of photos and videos. The account owner known as influencer. He influences his follower to purchase gadget that he reviews. More clicks on like, share, collection feature, and also followers mean more coins for the account owner. The account is not representing 1 brand, but consistently reviewing gadget. **The style is educational writing style.**

Figure 3. @gadgetin Instagram account – educational: internet provider review.



The writing style on the account consists of information on gadget and other supporting accessories related to gadget. The photos, videos, and texts play the role of complimenting the information given to netizen. The information posted are: name of the brand, series number, price, the strength and weakness, how to use the feature in the product by giving tutorial in videos. This style almost the same with Sephora account, even though the account management is different. Sephora is a brand name who has many lines of products within cosmetic cluster, while @gadgetin is name of cluster gadget that could be produced by several brands, and in each of the brand has its own lines of feature. This complexity is an opportunity for influencer to provide their service in giving information and tutorial if needed.

Figure 4. @gadgetin Instagram account – educational: laptop and smartwatch review.



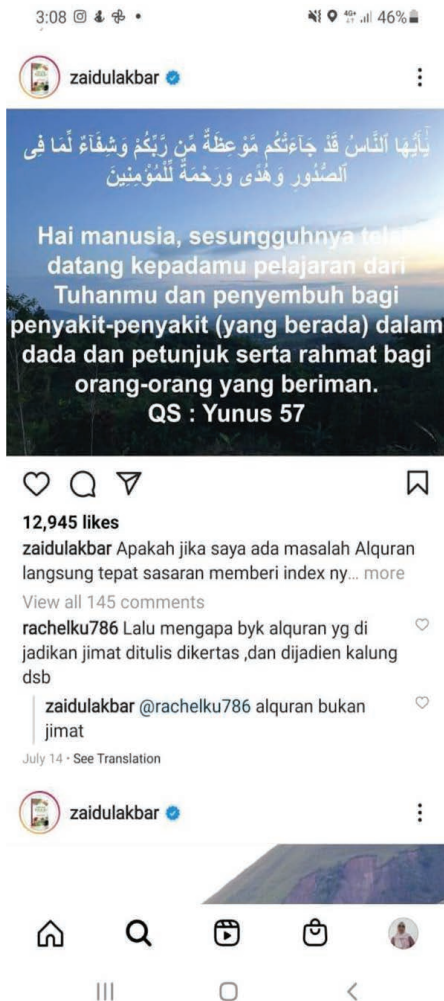


**The last is account @zaidulakbar.** The account managed by individual who graduated from Medical school. He is also ulama of moslem, and having Arabic look. His account uses all Instagram feature but not history. He hyperlinks Instagram with other social media (facebook and youtube) and also fintech beside features within Instagram: like, comment, direct message, saved collection, IGTV, reels, stories, and feed. Owner of the account known as ustadz/ulama/Islamic preacher who hold medical educational background who encourage all individual to live in a healthy life and living by consuming healthy foods and beverages, and also endorsing herbal or traditional medicine. He wrote a book on healthy life, shows how to make traditional drinks such as turmeric drinks for healthy tummy, and how to make healthy food like salad, mixed fruits, etc. His knowledge on medicine, he shared in his social media along with the preaching material based on moslem perspective. He also promoting products that he produced or endorsing other products. His goal is to support healthy life through moslem and medical perspectives by providing information in the mode of story telling narrative on his social media. Then the story telling supported with links, or mentioning products that he just informed to netizen. Looking into the context in Indonesia who are mostly moslem, his appearance, and moslem and also healthy living with medical educational background perspectives relates to Indonesian people plus give more credibility to be trusted by netizen. The source of the account is very credible in putting the content. Within this context, we could see followers of his account is 3.1 millions. The account integrates product selling with being an influencer under the content that focused on healthy living based on Islamic perspective. The story on how ginger, turmeric, himalayan salt, honey, lemongrass, lemon, etc. could become healing source of our body imbalance is very practical for Indonesian to directly applied the recipe he shared. Especially when the price of all the ingredients or spices mentioned is easy to buy, and in affordable price. **The writing style is story telling.**

Figure 5. @zaidulakbar Instagram account-story telling.



Figure 6. @zaidulakbar Instagram account – story telling.



All 4 instagram accounts shows that for fashion line of business, that has so many accounts, hardselling still become the account they look into it. For line business of food and beverages, the writing style used is audience focused writing style. For gadget line account, the popular writing style is using influencer in giving out information that could help netizen in making decision on what to purchase from so many options given in social media. About pharmacy line of business, influencer who has credibility in conveying the content contributes to gain netizen trusts with the writing style of story-telling on what are the amenities, how to use, and price plus place to but it is complete information netizen need.

Tabel 2. Data analysis on 4 accounts of SME's.

Item observation	@batikstore	@kopijanjiwi	@gadgetin	@zaidulakbar
Feature used	Feed, Hyperlink to shop, orders, & payments, like, chat, direct message, stories, comments, saved collection, link to web shopee marketplace	Hyperlink, direct message, Order form, feed, Email, stories, comments, saved, history, collection, IGTV; link to gojek apps	Feed, hyperlink to tokopedia marketplace; like, chat, direct message, stories, comment, IGTV, stories,	Feed, Hyperlink to youtube and Facebook; like, comment, direct message; save collection;
Focus	Product	Product, people, lifestyle	Product, people, lifestyle	Lifestyle, product
Form	Photos (mostly); video (product/ testimony)	Video; Photos	Photos; Videos	Photos; videos
One post	Several photos of product mostly	Photo + video; 1 single photo; several photos;	Several photos; single photo; video and photos; video	Several photos; single photo; video; photo + video
Structure Message post	Name of product, its code, product description, hyperlink to web, link to marketplace, info on day and time to chat, contact number, hashtags	Engagement; Sharing experience/ tips & tricks; Based on context: married, independence day, testimony, hastags	Context; information of product; Sharing experience; Engagement; feature description; promoting, hashtags	Context; reflections; information; engagement; Endorsing other content supporting the context and product information, hastags
Writing style	Hardselling style	Audience focused style	Educational style	Story telling

## CONCLUSION

SME's Instagram account that is popular, digitalized already, and recommended by the ministry of SME's shows that Indonesian netizen loves to interact with account that plays the roles as influencer more than no influencer like @gadgeting and @zaidulakbar who has more than 1 millions followers. Each of line of business has different characters that shows different writing style within the context of Indonesian society. Fashion line of business uses writing style is hard-selling, in which this is new writing style that is not mentioned by Freberg. Foods and Beverages line of business applies audiences focused writing style, that actually if we observed this is applied in several accounts of food and beverage. In the line of gadget, educational writing style that consists of information, price, do's and don't, and also how to



information is gaining more interests from netizen in Indonesia. In the pharmacy line, perspective culture in this case is Islamic perspective in Indonesia that have more than 90 percent population is moslem seems perfect for adopting story telling writing style since the @zaidulakbar has 3.1 millions followers. The style in each of the line business have different style. So the investigation results could become a reference for other SME's Instagram account to start using digital platform form with the content and concept as mentioned above.

## REFERENCES

- Freberg, K. (2019). *Social Media For Strategic Communication: Creative Strategies and Research based Application*, USA: Sage Publication.
- Nugroho, y., et. al., (2012). *Media and the vulnerable in Indonesia: accounts from the margin*. Report series: Engaging media, empowering society: assessing media policy and governance in Indonesia through the lens of citizen's rights. Research collaboration of Center for Innovation policy and Governance, HIVOS regional Office Southeast Asia, funded by Ford Foundation. Jakarta: CIPG and HIVOS.
- Ridwan, Q.U., (2019). Analisis video music virtual akun komunitas @indomusikgram di media social Instagram, *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, Vol. 9 (2), hal. 52-57.
- Satriya, E., (2019). *Indonesia Digital for Future Economy and Inclusion Urban Transformation*, Deputy Assistant for ICT and Utility, Ministry for Coordination of Infrastructure and Regional Development Acceleration.

Analyzing discourse and actors on Twitter in  
relation to the lockdown policies adopted in  
Indonesia and in Malaysia

Análisis del discurso y los actores en Twitter en  
relación con las políticas de bloqueo adoptadas  
en Indonesia y en Malasia

Analyser les discours et les acteurs sur Twitter  
en relation avec les politiques de confinement  
adoptées en Indonésie et en Malaisie

EDIE TOET HENDRATNO

*Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia*  
*edie\_toet@yahoo.com*

RIZA DARMA PUTRA

*Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia*  
*rizadarmaputra@univpancasila.ac.id*

SULUH GEMBYENG CIPTADI

*Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia*  
*suluhgembyeng@univpancasila.ac.id*

## **Abstract**

The ongoing Covid-19 pandemic has forced governments in countries around the world to implement various policies. Indonesia and Malaysia as neighbors in Southeast Asia, each adopted different policies in dealing with the pandemic. To limit social activities, Malaysia imposed a lockdown in several parts of the country. Meanwhile, the Indonesian government implemented a policy of limiting activities, namely Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB--Large-Scale Social Restrictions)

and Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM— the Implementation of Community Activity Restrictions). However, the policies implemented by both governments generated mixed reactions among the public. The debate also went on on Twitter. The objective of this research is to analyze the discourse and actors involved in the social media Twitter in relation to the social restriction policies by the Indonesian and Malaysian governments. Using the Social Network Analysis (SNA) concept and critical discourse analysis to identify the actors and their connections, this research will also identify and analyze those who emerged as opinion leaders under the discourse. By using NVivo data mining to collect data and the NodeXL software to analyse this qualitative data and describe actors on Twitter, this research analyzes the content of the conversations about “Lockdowns” in Malaysia and Indonesia as they occurred on Twitter. The data was collected in July and August 2021, using the NVivo software, then was categorized and mapped based on the discourse and actors that emerged. Furthermore, the categorized data was analyzed using NodeXL a software used to analyze social networks on Twitter. Outcomes of this research are expected to provide comparative analysis between Indonesia and Malaysia in relation to the “Lockdown” discourse as it occurred on Twitter. In addition, the result is also expected to provide an overview of the mapping of the actors involved in the “Lockdown” discourse, both in Indonesia and in Malaysia. This research also identifies the social configuration by actors on Twitter that is related to Covid-19 and discourse about “Lockdown”.

**Keywords:** Discourse, Actors, Twitter, Social Restriction Policies.

## BACKGROUND

Corona Virus Disease 19 or better known as covid 19 has changed many ways of human life. Since it was first discovered in Wuhan, China at the end of 2019, this disease has infected millions of people in almost all countries worldwide. World Health Organization (WHO) has also declared Covid 19 as a global pandemic last April. Covid-19 has devastated various sectors of human life. In the education sector, schools and colleges are forced to close schools and turn to cyberspace. The digital economy is being disrupted in a faster pace. The term webinars also emerged. Online meeting applications become a new way when the pandemic forces people to stay at home.

In the world of social media, various analyzes related to COVID-19 have also emerged. Narratives related to the presence of COVID-19 from the medical side are intertwined with the political, economic, social and cultural aspects. The Covid 19 narrative is no longer just a medical field but touches all aspects of human life. Corona is not only explained with a biological medical approach but with multiple perspectives. It is even associated with global conspiracy theories. Nowadays emerged the term “work from home”. In addition, there are also terms “just stay at home”. This term has also changed the world of social media today. Covid 19 has created various discourses that are addressed in various ways. People dissolved in panic as discussed by Slavoj Zizek in his book: *The Covid 19 pandemic shakes the world* (2020).

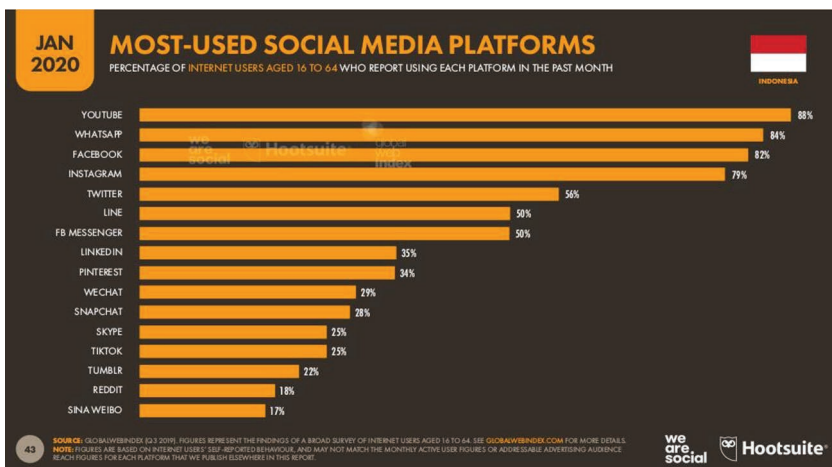
On the other hand, the tone of optimism actually emerged from the Jewish historian Yuval Noah Harari who saw a change in the contestation of human life. Harari is more interested in seeing life after the corona because of the impact that the corona virus has on humanity. For Harari, the present of corona virus will bring a global cooperation

to solve the pandemic. In a pandemic with a situation like now, the governments of countries have two choices, to be liberal or to tighten supervision for their citizens.

Discussions about COVID-19 are common on social media. Since it was first discovered in Wuhan, China at the end of 2019, COVID-19 has colored the social media world. Like other socio-cultural issues, COVID-19 is trending on a number of social media platforms. The COVID-19 issue today become a topic of conversation on social media. Each country makes policies according to their conditions. Since May 2021, a number of countries have experienced a huge positive COVID-19 cases confirmations and deaths due to COVID-19. All countries are required to make policies that can reduce the rate of transmission of the virus that first appeared in Wuhan, China.

Based on data released by Kompas.com on July 11, 2021, referring to data from the Worldometers page, as of Sunday (11/7/2021) morning, the total number of confirmed Covid-19 cases in the world was 187,235,846 (187 million) cases. Of these, 171,219,070 (171 million) patients have recovered, and 4,042,145 people have died. In Indonesia itself, the number of COVID-19 at that time reached 35,094 until Saturday, July 10, 2019. It brings the total number of COVID-19 cases in Indonesia to 2,491,006. There were also 826 deaths per day, bringing the cumulative death toll to 65,457. The increase in Covid cases also occurred in Malaysia. This neighboring country released a record number of new Covid-19 cases on Saturday (10/7/2021), with 9,353 new cases. Referring to Channel News Asia, more than half of the new cases came from the Klang Valley area with 4,277 in Selangor and 1,398 in Kuala Lumpur. A total of 6,067 people has died.

Indonesia and Malaysia are countries that have to fight to deal with the transmission of COVID-19. Twitter is one of the social media that is relatively familiar in the community. According to the Statista site, active Twitter users per 2019 averaged 300 million users. This number is still far behind Facebook and YouTube, which are above 1 billion. In Indonesia, there are also quite a large number of active Twitter users. Hootsuite data explains that Twitter is in the top 5 social media used in Indonesia after YouTube, WhatsApp, Facebook, and Instagram. This makes Twitter one of the most popular social media in Indonesia.



Dhiraj Murthy (2018) in his book titled: *Twitter*, shows an interesting analogy related to Twitter. He quoted the Lost boy account's tweet that said Facebook is his picture, Twitter is his mouth, Instagram is his eyes and Spotify is his ears. This tweet has become one of the most popular explanations for how the online social space is articulated.

Twitter is also considered a micro-sized Blog. Twitter is a social media designed to spread messages to large audiences. In addition, Twitter provides interaction space for people involved in it. There is a mention process that can show the interaction of one account with another account. There is also the term hashtag (#) to popularize a tweet which in a social science perspective can lead to discourse.

Dhiraj Murthy offers a number of approaches to viewing Twitter. Firstly, Twitter and journalism. This field positions journalism in the perspective of new media. Journalism finds its place on Twitter. The practice of new media journalism actually finds a very strong space in the media world. All mainstream media use Twitter as a quick channel to reach readers. These media have a Twitter account that functions as a display of media content that will be responded to by netizens or the public.

Secondly, Twitter and disaster relations. Dhiraj explained that from the beginning, Twitter has become a platform for disaster issues. This includes the initial information on the disaster which was quickly disseminated via Twitter. Thirdly, Twitter and activism. This narrative was raised by Dhiraj by referring to a number of revolutionary phenomena such as in Egypt, which was famous for the wave of demonstrations that were actually initiated by social media, including Twitter. The latest incident in the United States where a citizen was tortured by the police and finally killed stirred anti-racist sentiment that echoed throughout the world of Uncle Sam's country. In Indonesia, it is also often used for social movements. Call it like "save kpk", or environmental issues that are being raised by activists. There is even a term social media activist or called "Social Justice Warrior" who always exists when various problems arise and are narrated on social media, especially Twitter.

Furthermore, health issues have also become an important phenomenon in the Twitter's world. This can be seen from the use of Twitter to mediate health services. Accounts appear that narrate the treatment of a number of diseases such as cancer. Currently, in the midst of the COVID-19 pandemic, this health narrative has found room to manifest itself. Of course, this explains the position of Twitter as a social media platform that is interesting to study. At last is Twitter that used in the context of celebrities and branding. A number of celebrities in the country and abroad use Twitter to strengthen their existence. Various expressions of celebrities are reduced on the microblogging site. Public officials also use Twitter as part of their public communication. In the context of product promotion, Twitter is considered quite capable of branding these products. Twitter, like Facebook, Instagram and YouTube, also brings up paid features to promote these products to the public.

Based on the explanation of background, this research aims to analyze how the discourse of social restrictions in Indonesia and Malaysia that occurred in Twitter.

The discourse would be analyzed by collecting tweets related to social restriction issue in Indonesia and Malaysia. The data mined using NVivo software then analyzed using discourse analysis and social network analysis (SNA). The research question is how the discourse of social restriction in Indonesia and Malaysia that occurred in social media Twitter?

## THEORETICAL FRAMEWORK

The study of social networks has long been a discourse among social scientists. It was recorded that since 1940 this study was started in America in the realm of rural sociology by Leo Katz and Charles P. Loïs. In the field of linguistics, the study was carried out by Levi Strauss and André Weil (Freeman: 2011). In the field of communication, the study was carried out by Everett Rogers in America. This study is widely developed in the disciplines of sociology, politics, communication and psychology. Borgatti (2018) classifies 4 categories of social networks, namely: Transmission, adaptation, binding and exclusion. Transmission is a condition in which network members transmit something to each other. The transmission process in the network does not have to be uniform. Transmission can also be done directly or indirectly. Furthermore, adaptation occurs when two people have the same choice because they have the same network position which is then shown in relatively the same conditions and opportunities. The next category is binding. This condition occurs when the network binds together in a single unit. This is influenced by the internal structure of the network. The last category is the exception. This happens if one of the lines/relationships is excluded against other relationships in a network. This affects the relationship between actors or nodes in the network (Scott: 2011).

So how to see the network in the realm of social media? Is the concept above relevant to explain the phenomenon of social media, especially Twitter? A number of theorists say the SNA method commonly used so far has expanded its scope of study by looking at networks in social media. Functionally social media has created the network itself so that when using the commonly used approach it remains relevant.

The change of mass society into a network society was originally initiated by Jan van Dijk. Van Dijk sees the impact of information and communication technology on every aspect of human life such as the social, economy, and culture. The presence of new media determines the difference between mass society and network society (Santoso 2014). Van Dijk views the network as a mode of regulation of complex systems in nature and in society. Van Dijk (2006) understands that a network society is a form of society that regulates its relationships in a mediated network. These networks are slowly replacing or complementing social networks from face-to-face communication models. The basic unit or node of the network according to van Dijk is individuals, households, groups that are interconnected through social networks or media (van Dijk 2006).

Discussing about communication networks cannot be separated from Manuel Castells, a sociologist who is very focused on the study of power and society. In his book *Communication Power* (2013), Castells wants to answer the question of why,

how, and by whom power relations are built and tested through communication arrangements. What we want to explore is how the relationship is influenced by social actors for social change by changing people's mindsets. Castell proposed that the most fundamental power is the ability to shape the human mind. How we think, will determine how we act, both individually and collectively. Some of the key concepts discussed can be briefly described. First, the network society, which is a social structure of society, in the early 21st century, which was formed by the communication of various digital networks. Second, the concept of power requires an understanding of the specifics of various forms and processes of social communication, including mass media and horizontal network communication built by internet and wireless communications. Next is power where the relational capacity that allows a social actor to influence the decisions of other social actors asymmetrically to follow their wishes, interests, and values. This definition of power explains the workings of a network society, as one of the key concepts in Manuel Castells' thought.

This definition of power explains the workings of a network society, as one of the key concepts in Manuel Castells' thought. Castell understands that social actors are not always individuals, but can also be collectives, organizations, institutions or networks. He called power asymmetric because in the internet era, everyone has different power and influence. Various parties can explain in the era of Facebook and Twitter, each individual has a different influence. Everything is determined by likers, followers, or fans. A person's power on social media is determined by the extent of interaction and his ability to generate posts that can be spread in a short time to many people. Fourth is "mass self-communication". This is a new form of communication that appears in the internet or digital era that is interactive with the capacity to send messages many to many, real time and it is also possible to use point to point communication, broadcasting, all of which can be arranged according to the purpose of the communication. It is called self-communication because everyone is able to create and send their own messages and can determine for the parties to be addressed.

A number of phenomena presented by Castell in the book strengthen his hypothesis about the growth of what he calls "mass self-communication" namely individuals who use various social media devices, then send messages that touch many people. The position of this individual is as a social actor who influences social change. These individuals are both senders and receivers of communication messages (Castell, 2013).

## METHOD

This research is an analysis of social media texts using a descriptive qualitative approach.

The data collection uses NVivo data analysis software to extract data (data mining) related to the discourse on Indonesian and Malaysian social restriction policies on Twitter social media. After extracting the data, then the data is analyzed and modeled based on the classification of topics, individuals and the distribution of the area. Retrieval of data using the NCapture feature contained in the NVivo



software. The results obtained from data mining are then categorized which accounts are discussed a lot, also which individuals are mentioned a lot, including the distribution of the issue areas discussed. Furthermore, the data is presented in the form of tables and graphs. The next analysis is to identify the social network analysis that surrounds the discussion about social activity restrictions in Indonesia and Malaysia. After analyzing the developing discourse, this research also analyzes the network of actors involved in the discourse. This research uses Node XI software to compile an analysis between actors involved in social restriction discourses in Indonesia and Malaysia.

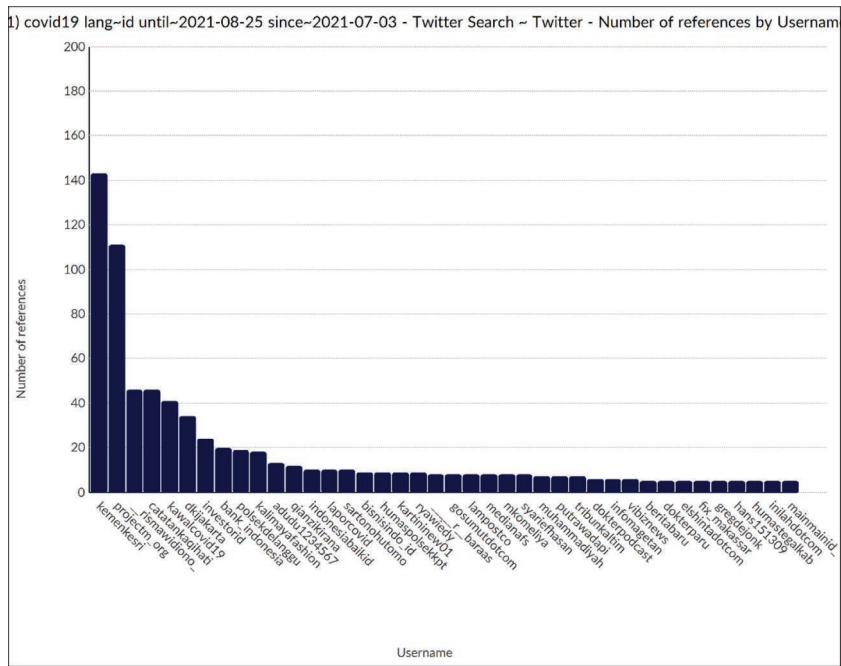
## RESULT AND DISCUSSION

The discourse on social restrictions implemented in Indonesia and Malaysia has been widely discussed on Twitter social media. There were 1043 tweets discussing social restrictions in Indonesia from July to August 2021. Of the 1043 tweets, 434 were tweets and 609 were retweets. Meanwhile, in the same period, which discussed social restrictions in Malaysia as many as 2385 tweets, consisting of 216 tweets and 2169 retweets. The results of the data collection show that several actors and institutions, both in Indonesia and Malaysia, actively voice their opinions on Twitter. The following are the results and analysis of the discourse that occurred.

The discourse on social restrictions on Twitter that occurred in Indonesia can be seen from several aspects. The first is from Twitter accounts that write a lot of tweets and are also retweeted by other accounts. The second can be seen from the hashtags that appear, the third is from the number of mentions, and the last can be observed from the location. In Indonesia, the Ministry of Health's account @kemenkesri is the account that speaks volumes about social restrictions. As a representative government agency, the Ministry of Health's account actively voices social distancing campaigns to spread state policy messages. Meanwhile, in the second place there is a media account called projectmultatuli.org. A media institution that is relatively new in Indonesia that being established in 2021. The coverage carried out by Projectmultatuli.org is more in favor of the citizens and often criticizes government policies, including social restriction policies. So there are two different discourses delivered by the @kemenkesri and @projectm\_org accounts in response to the social restriction policy. Meanwhile, in the third and fourth place, the two people who wrote the most on social restriction issues were @\_rismawidiono\_ and @Notekaqihati. Below is a diagram illustrating the accounts that have written the most social distancing discourse.

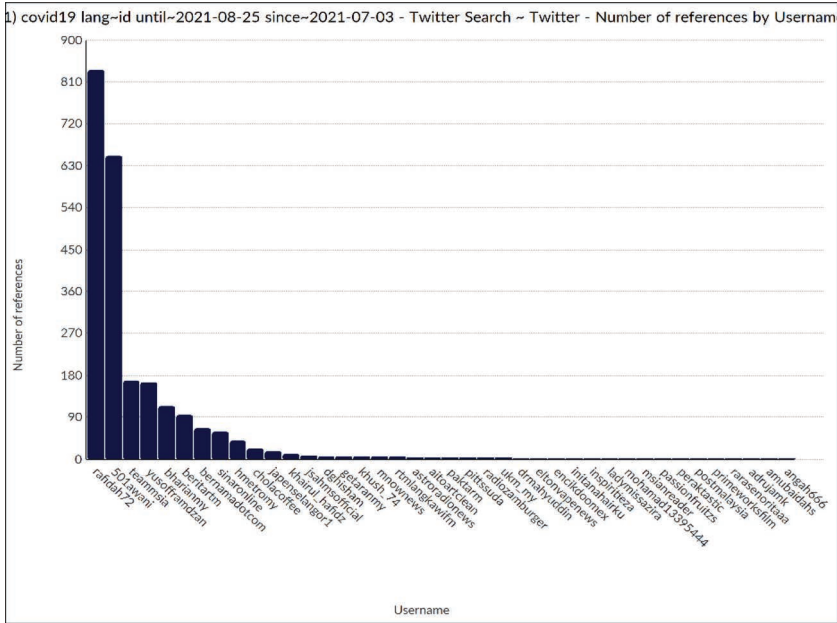


Figure 1.2. Username that most appear in social restriction issue in Indonesia.

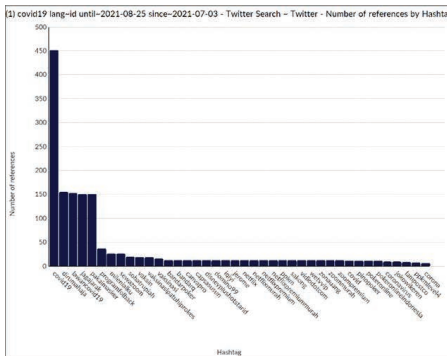


In contrast to the discourse that occurred in Indonesia, in Malaysia, which wrote a lot about the issue of social restrictions came from the citizens. Two Twitter accounts that talk a lot about social restrictions in Malaysia are the @rafidah72 and @501awani accounts. Even from accounts that discuss social restrictions a lot in Malaysia, it is dominated by public accounts and mass media. The following figure is an overview of the distribution of accounts that discuss social restrictions in Malaysia a lot.

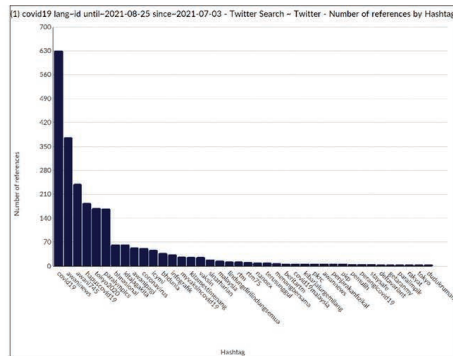
Figure 1.3 Username that most appear in social restriction issue in Malaysia.



The data shows that the Malaysian government is not involved in the issue of social restrictions on Twitter social media. This shows the difference that the Indonesian government through the Ministry of Health is actively discussing the issue of social restrictions on Twitter, while the Malaysian government is not actively discussing it. Then when viewed from the hashtags (hashtags) that appear on Twitter related to social restrictions, both Indonesia and Malaysia have the same hashtags, namely “#covid19”. Below is a diagram illustrating the distribution of hashtags that emerged from the social distancing discourse, both in Indonesia and Malaysia.



Indonesia

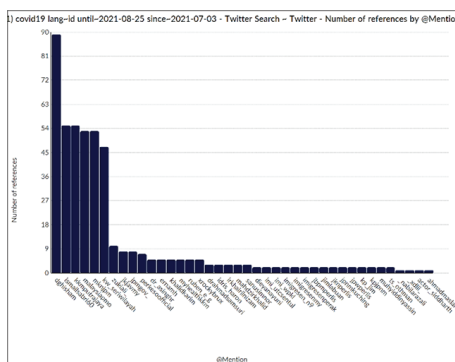


## Malaysia

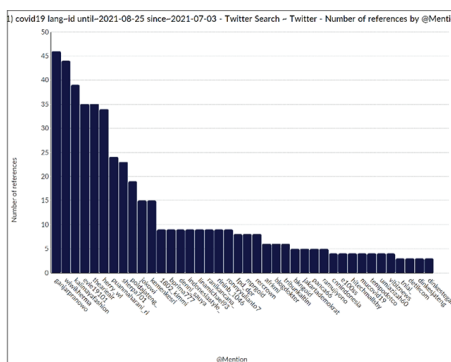
Based on this data, in Indonesia, beside the hashtag “covid 19”, several other hashtags also appeared, namely #dirumahaja, #lawancovid19, and #jagajarak. Meanwhile in Malaysia, hashtags that have appeared include: #awaninews, #awani745, and #hapuscovid19. These hashtags show that the discourse around social restrictions cannot be separated from discussions about COVID-19. In Indonesia, there are hashtags #dirumahaja and #jagajarak, which campaign for social restrictions such as not leaving the house and avoiding social contact and maintaining distance if forced to move outside the home.

In addition to looking at accounts that discuss a lot about social restrictions, as well as observing hashtags that appear, to understand the growing discourse we can also see it from Twitter accounts that have been mentioned a lot (mentions). Both in Indonesia and in Malaysia, the accounts that are mentioned the most are accounts of well-known public figures. In Malaysia, the name Dr. Noor Hisham bin Abdullah, with the @dghisham account being the account that is widely mentioned related to the social distancing discourse. His opinions and thoughts regarding COVID-19, which he writes on Twitter, often become references and are discussed by many people.

While in Indonesia, the name Ganjar Pranowo with the @ganjarpranowo account is the account that is widely mentioned. Ganjar Pranowo is the governor of Central Java province, an area that is one of the provinces with the highest number of positive COVID-19 cases after DKI Jakarta. Apart from Ganjar Pranowo, Puan Maharani, chairman of the House of Representatives, and President Joko Widodo are also mentioned a lot. Below is a diagram illustrating the names that are often mentioned in the social distancing discourse in Indonesia and Malaysia.



## Malaysia



Indonesia

The last thing that can be used to analyze Twitter's social distancing discourse is to look at the location of the accounts discussing the discourse. In Indonesia, Jakarta, the nation's capital, is the area where the discourse is discussed the most. This is understandable because in Jakarta, the implementation of social restrictions is strictly enforced. Meanwhile in Malaysia, the area that talks about social restrictions the most is also the nation's capital, namely Kuala Lumpur. Apart from that, Selangor

has also become an area where the discourse on social restrictions has been widely discussed. The government does strictly limit the areas or big cities in Malaysia with a lockdown policy.

From some of the analyzed data related to the discourse on social restrictions in Indonesia and Malaysia, there are some similarities as well as differences. In terms of accounts discussing the discourse, in Malaysia there is no government party involved. Meanwhile in Indonesia, the government, through the Ministry of Health, is the most active party in discussing the discourse. On Twitter, the Indonesian government is actively campaigning for the importance of social distancing so that people can accept and comply with it. Meanwhile in Malaysia, the government is not involved in the discourse that occurs on Twitter social media. Malaysian accounts dominate the conversation around social distancing.

Meanwhile, from the side of people who are widely discussed, both Malaysia and Indonesia, public figures are the people who are widely mentioned in the discourse on social restrictions. In Malaysia, a prominent doctor has become the most mentioned person, namely Dr. Noor Hisham. Then in Indonesia, the governor of the province of Central Java, Ganjar Pranowo, became a figure who was widely mentioned in the discourse. Then in terms of hashtags and regions, both Indonesia and Malaysia are the same. The hashtag #covid19 is the hashtag that appears the most in social distancing discourses in Indonesia and Malaysia. Then the country's capital region became an area that talked a lot about social restrictions, both in Indonesia and in Malaysia. The following table explains the similarities and differences regarding the social distancing discourse on Twitter that occurs in Indonesia and Malaysia.

Table 1.1 The comparison between Indonesia and Malaysia related to social restriction issue in Twitter.

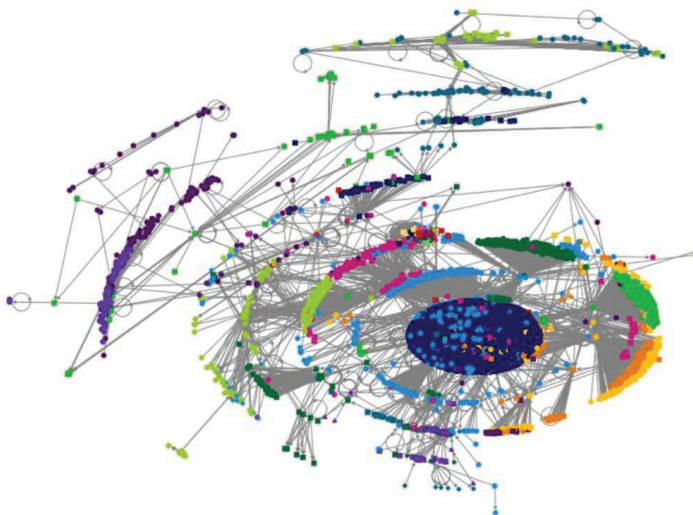
	Indonesia	Malaysia
<b>Username</b>	@kemenkesri, @projectm.org	@rafidah72, @@501awani
<b>Hashtags</b>	#covid19, #dirumahaja	#covid19, #awaninews
<b>Mentions</b>	@ganjarpranowo, @wiwikherma	@dghisham, @ismailsabri06
<b>Area</b>	Jakarta, Indonesia	Kualalumpur, Malaysia

## ACTOR AND NETWORK ANALYSIS

The configuration of social networks in the Twitter regarding social restrictions in Indonesia is quite diverse and tends to be distributed among a number of groups. By using the Node Xl application, this research sees that in July-August 2021 there are 7480 vertices of 11382 edges which are joined in 221 groups. Some of these groups are connected and some are not at all connected. The image below shows how the groups are connected to each other. However, from calculations on nodexl the level of proximity or relatively small.

The actor with the degree of betweenness centrality is the "kkmputrajaya" account with a value of 39251577.77, followed by the viral video account: Nasrih,

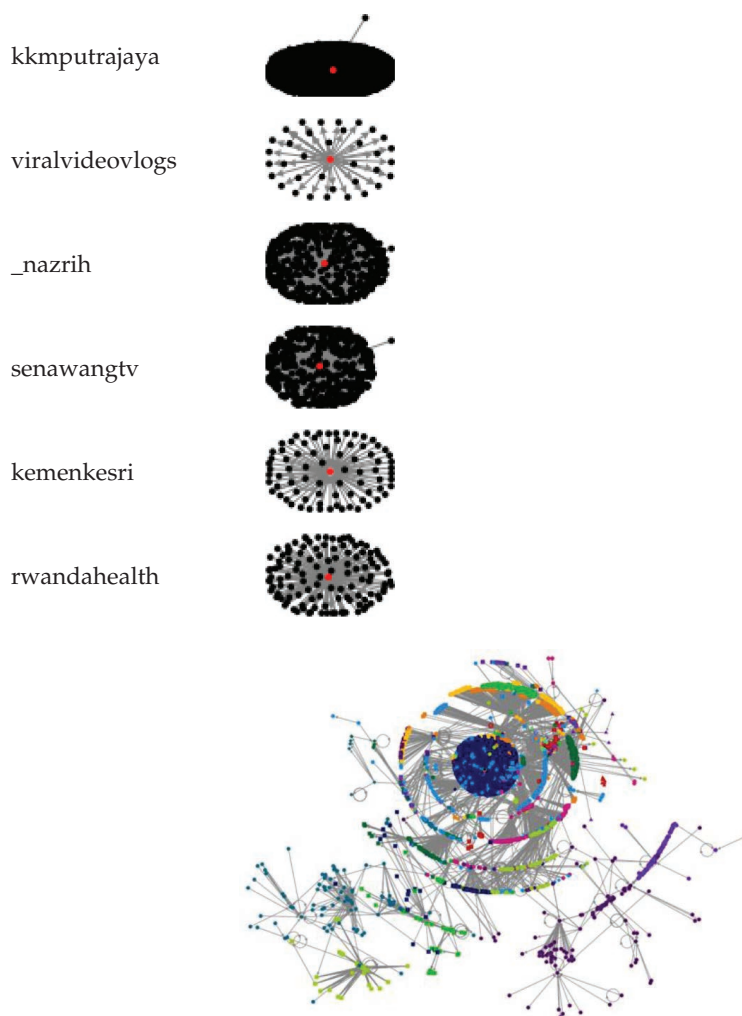
Senawang and the Ministry of Health. The four accounts that mentioned are accounts originating from Malaysia. While the Ministry of Health comes from Indonesia. These 4 accounts are also central actors in Malaysia, which are non-state actors. Meanwhile, the Ministry of Health accounts in Indonesia include state or government accounts. In network analysis, another thing that is also seen is modularity, where based on calculations in NodeXL the output value is 0.625, which means that the density of the relationship between groups is also relatively strong. This data explains that both in Indonesia and Malaysia, the modularity is relatively the same, which means that the network types are also almost the same.



So what about the configuration of social networks in the neighboring country? Are there any similarities in configuration, degree of proximity and modularity? From the picture below, the network map from the visual side is relatively the same. In terms of accounts that are actors with a level between centrality, there are also accounts of kkmputra jaya, viralvidio, nazrih and the Indonesian Ministry of Health. This similarity occurs because the data related to Indonesia and Malaysia are relatively the same. This research identifies two countries by looking at the locations mentioned in each of the sampled accounts. When using Indonesian as a benchmark, both regions fall into the same category. To separate it takes longer by looking at the location naming in more detail. Unfortunately, most accounts do not use the country location and use the city as a secondary location.

This condition explains that the configuration of actors is at a meeting point because between Indonesia and Malaysia, when talking about COVID-19 in July to August, it is relatively the same. Indonesia and Malaysia face a similar situation.

dan Malaysia menghadapi situasi yang sama.



The graph represents a network of 7.860 Twitter users whose recent tweets contained “covid19 lang:id until:2021-08-25 since:2021-07-03”, or who were replied to or mentioned in those tweets, taken from a data set limited to a maximum of 10.000 tweets. The network was obtained from Twitter on Friday, 27 August 2021 at 03:44 UTC. The tweets in the network were tweeted over the 19-hour, 53-minute period from Tuesday, 24 August 2021 at 04:06 UTC to Tuesday, 24 August 2021 at 23:59 UTC. Additional tweets that were mentioned in this data set were also collected from prior time periods. These tweets may expand the complete time period of the data. There is an edge for each “replies-to” relationship in a tweet, an edge for each “mentions” relationship in a tweet, and a self-loop edge for each tweet that is not a “replies-to” or “mentions”. The graph is directed. The graph’s vertices were grouped by cluster using the Clauset-Newman-Moore cluster algorithm. The graph was laid out using the Harel-Koren Fast Multiscale layout algorithm. The vertex opacities are based on name values.

## CONCLUSION

Based on the results of data analysis and discussion, there are some interesting findings that can be concluded. There are several similarities regarding the social restriction discourse that occurs on Twitter between Indonesia and Malaysia. These similarities include the hashtags that appear, the names of the most mentioned accounts, as well as the areas where the discourse is widely discussed. Regarding hashtags, both Indonesia and Malaysia emerged the hashtag #covid19 as the hashtag that appeared the most in the social restriction discourse. While related to account names that are mentioned a lot (mentions), the similarities are that they are both public figures. In Indonesia, the local government, namely the governor of Central Java, Ganjar Pranowo, is an account that is widely mentioned in the social restriction discourse. While in Malaysia, the account of Dr. Noor Hisham became a much-mentioned account.

In addition, another similarity is found in the area where the discourse on social restrictions is discussed. Both Indonesia and Malaysia, the nation's capital, are places where the discourse is widely discussed. Jakarta in Indonesia, and Kuala Lumpur in Malaysia. Of all these similarities, there is one difference that is quite striking between the two, namely about who is the account that talks a lot about the discourse. In Indonesia, the government through the ministry of health is the account that talks the most about social restrictions. Meanwhile in Malaysia, there is no government account that discusses the discourse. In Malaysia, citizen accounts are the ones that actively talk about it. Meanwhile, social media accounts in Indonesia and Malaysia are both actively discussing the issue. Even in Indonesia, the media account named Projectmultatuli.org is the second account that discusses the discourse on social restrictions the most. This finding shows that the Indonesian government is actively using social media as a means of disseminating information related to social restriction policies. Meanwhile, the Malaysian government does not actively use social media to spread its policies.

## REFERENCES

- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. C. (2018). *Analyzing social networks*. SAGE.
- Castells, Manuel. (2013). *Communication power*. OUP Oxford.
- Dijk, J. V. (2006). *The Network Society*, Great Britain
- Murthy, D. (2018). *Twitter*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Scott, J., & Carrington, P. J. (2011). *The SAGE handbook of social network analysis*. SAGE publications.
- Zizek, S. (2020). *PANDEMIC! Covid-19 Shakes the World*. John Wiley & Sons.
- [www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com), accessed at July, 30, 2021.
- [www.kompas.com](http://www.kompas.com), accessed at July, 11, 2021.
- [www.channelnewsasia.com](http://www.channelnewsasia.com), accessed at August 3, 2021.



# Comunicación en tiempos de pandemia en el Perú: Balance y perspectivas

## Communication in times of pandemic in Peru: Balance and perspectives

### Communication en temps de pandémie au Pérou: Bilan et perspectives

ESTELA ROEDER

*Universidad de Lima, Perú*  
*eroeder@ulima.edu.pe*

PETER BUSSE

*Universidad de Lima, Perú*  
*pbusse@ulima.edu.pe*

#### **Resumen**

En el Perú, al 3 de setiembre 2021, se han confirmado por el Ministerio de Salud cerca de 198,447 personas fallecidas. Este es el resultado de varios factores claves entre los que destacan la respuesta del sistema sanitario nacional y el contexto político particular que vivió el país durante la pandemia. La pandemia del COVID-19 mostró la situación real del sistema de salud en el Perú: fragmentado, desarticulado, con financiamiento insuficiente, recursos humanos limitados, que se manifestó en la respuesta de los servicios ante una demanda masiva y creciente de personas afectadas por el virus. Asimismo, el particular contexto político estuvo marcado por continuos cambios en los niveles de decisión gubernamental: siete ministros de salud y cuatro presidentes de la República en todo el tiempo de pandemia.

Grosso modo se pueden identificar cuatro momentos en el contexto de la pandemia que marcaron la comunicación en el país. En un primer momento, se definió informar y explicar la situación epidemiológica a la población utilizando comunicados oficiales y conferencias de prensa de manera diaria. En un segundo momento, caracterizado por el aumento del contagio comunitario y de una mayor demanda hospitalaria, se creó el Comando Nacional Anti-COVID-19 con la finalidad de

fortalecer la atención clínica y derivación de casos sospechosos a centros de atención temporales. En esta etapa, el énfasis de la comunicación gubernamental estuvo enfocado en la prevención y alerta sanitaria. La ruta se inició con la campaña social “Quédate en casa” y siguió con “Primero mi Salud”. En un tercer momento, marcado por el fin de la “primera ola”, se estableció el proceso de negociación para la adquisición de vacunas y se mantuvo la difusión de medidas preventivas. La comunicación se dirigió por primera vez a los jóvenes como actores claves, demandantes de la ampliación de horarios y apertura de los espacios públicos. Sin embargo, las estrategias de comunicación se vieron debilitadas debido al contexto político del último trimestre del año 2020, cuando se inicia la “segunda ola”. Se lanza la campaña “No bajemos la Guardia”. Finalmente, en un cuarto momento, marcado por las elecciones gubernamentales y un aumento de la agresividad de la “segunda ola”, se dio inicio al proceso de vacunación: la difusión de los datos de contagiados y fallecidos competía con el discurso acerca de la vacunación.

Teniendo en cuenta estos cuatro momentos, se pueden señalar los siguientes enfoques en el desarrollo de la comunicación para la crisis sanitaria: (a) enfoque de la comunicación para la gestión del riesgo; (b) enfoque de la comunicación para la acción (cambio de comportamiento); y (c) el enfoque informativo-difusionista, al que se sumó el fenómeno denominado “infodemia”. Estos enfoques de la comunicación en tiempos de la pandemia del COVID-19, liderado históricamente por el Ministerio de Salud, caminaron en cuerdas paralelas con la comunicación gubernamental, que desde un inicio marcó una manera de afrontar la emergencia desde el más alto nivel: informar a la ciudadanía la dinámica de la pandemia en el país y las medidas a considerar, un discurso que los medios de comunicación hicieron parte de sus secciones especializadas dedicadas a la COVID-19.

Esta ponencia examina la comunicación frente a la crisis del COVID-19, con el fin de identificar las lecciones aprendidas. Con ello, se busca contribuir a la construcción de un enfoque de comunicación para enfrentar futuras emergencias sanitarias, sobre la base de la teoría y evidencia empírica.

**Palabras clave:** comunicación, pandemia, Perú.

## INTRODUCCIÓN

La pandemia por la COVID-19 que recorre el mundo desde el 2020 está cargada de un sentido de interpelación. En primer lugar, ha interpelado a los sistemas sanitarios y su capacidad de respuesta; se ha puesto a prueba las formas y comportamientos sociales en una emergencia sanitaria; se han manifestado con mayor claridad las inequidades económicas, tecnológicas y sociales; y, se ha evidenciado las debilidades políticas y ciudadanas. En estos tiempos, la única certeza que tenemos es que la pandemia convive aún con nosotros y que la vacuna se mantiene como la promesa de “protección y seguridad” ante un virus impredecible, cuando observamos que en los países que han tenido una amplia cobertura de inmunización, resurgen las medidas de aislamiento social.

A pocos meses de cumplir dos años de vivir en pandemia, se tiene un balance dramático: la pérdida de millones de vidas humanas, la carga de enfermedad post-pandemia, las evidentes secuelas de la enfermedad y también los síntomas por COVID prolongado, el empobrecimiento de millones de personas, el aumento de los

trastornos de salud mental y la migración forzada. Es decir, no es una sola pandemia, sino muchas a la vez, denominada *sindemia* (“Covid-19: qué es una sindemia”, 2020).

Este es el contexto para abordar el rol de la comunicación en tiempos de pandemia, donde la comunicación se convirtió en un “actor clave” en un escenario de incertidumbre. Se ha visto exigida en responder a las diversas situaciones y medidas sanitarias: los anuncios tempranos; la prevención, la preparación y respuesta; la contención; la atención hospitalaria y, actualmente, el proceso de vacunación.

¿Qué tipo de comunicación es la adecuada para este tipo de situaciones extremas? ¿Desde dónde es posible una comunicación eficaz y asertiva? Estas son las interrogantes que nos hemos planteado en el presente trabajo. Las lecciones aprendidas abren la posibilidad de desarrollar una comunicación en salud con mayor efectividad en tiempos de pandemia.

## **LAS LECCIONES APRENDIDAS EN COMUNICACIÓN FRENTE A LAS PANDEMIAS EN EL PERÚ: EL CÓLERA, H1N1, COVID-19**

### **EL CÓLERA Y H1N1, EL INICIO DEL APRENDIZAJE**

En el Perú, al igual que otros países de la región de América Latina, desde los años 90 se aplican diversos enfoques y modelos desde la comunicación en el campo de la salud. Ello fue posible por la presencia de la epidemia del cólera, una enfermedad que se convirtió en una emergencia sanitaria que impactó en la vida y salud de miles de peruanos y, como resultado, cambió los comportamientos relacionados a la higiene: lavado de manos, acceso y consumo de agua segura (Roeder, 2007).

Con el cólera, se declaró una emergencia sanitaria a nivel nacional. Se conformó el Comité Multisectorial de Lucha contra el Cólera, presidido por el Ministerio de Salud y las medidas que se difundieron incluyeron el 1) lavado frecuente de manos con agua y con jabón; 2) consumo de agua hervida; y 3) comer solo alimentos cocidos (Resolución Ministerial N° 0158-91-SA/DM, 1991). Estas medidas enfrentaron una realidad devastadora: la pobreza y carencia de servicios básicos. Adicionalmente a una primera campaña liderada por parte del Ministerio de Salud, los organismos no gubernamentales y organizaciones sociales –comedores populares, clubes de madres y comités del Vaso de Leche– se hicieron presentes para promover los mensajes a la población.

Carlos Vidal Layseca, ministro de salud en ese entonces, en relación con la epidemia, señalaba años después que:

*“la situación social y económica era muy crítica; la movilización social, tanto del personal de salud como de la población, fue la principal respuesta. Las condiciones estaban dadas para que el Cólera arremetiese con un mayor impacto negativo en la vida y salud de las personas” (Roeder, 2002).*

Veinte años más tarde, apareció la pandemia originada por el H1N1 en los países del hemisferio norte y posteriormente en los países de las Américas. En el 2010, la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS), encargó sistematizar las buenas prácticas y lecciones aprendidas por la Pandemia H1N1 y la introducción de la vacuna en varios países de la Región de las Américas (Labraña, Rivero & Roeder, 2010). La sistematización reportó que la pandemia de Influenza AH1N1 se expandió velozmente por diversos países de las Américas acompañada por una circulación

también veloz de información a través de Internet y los medios masivos. Ante ello, los países respondieron rápidamente con organización e instalaron recursos para atender los retos impuestos por esta nueva pandemia. Por ejemplo, para promover la comunicación de prevención del contagio, así como la vacunación, se utilizó el enfoque de comunicación de riesgo, que implicaba el desarrollo de estrategias de información al público general y la capacitación a los medios de comunicación.

Como resultado de ambas epidemias, se identificó una serie de lecciones aprendidas entre las cuales estaban valorar el trabajo multisectorial, reconocer la participación ciudadana como elementos claves en la respuesta, y desarrollar campañas con un enfoque de comunicación de riesgo en el país. Estas lecciones aprendidas se pusieron a prueba diez años más tarde, con la llegada del COVID-19 al Perú.

## LLEGÓ EL COVID-19 AL PERÚ

Cuando se anunció el primer caso en el Perú (denominado “caso cero”) por la COVID-19 el 6 de marzo del 2020 (“Coronavirus: Vizcarra confirma el primer caso en el Perú”, 2020), el gobierno se encontraba dispuesto para ampliar el presupuesto del sector salud. En paralelo, la población se mostraba expectante y alarmada ante lo que venía ocurriendo en varios países que, contando con sistemas de salud sólidos, demostraban incapacidad de contener el contagio y gestionar la respuesta desde los servicios de salud.

En ese mismo mes, se declaró la emergencia sanitaria en todo el país (Decreto Supremo N° 008-2020-SA, 2020), considerando como medidas urgentes el aislamiento social, con la campaña “Quédate en casa” (Decreto Supremo N° 116-2020-PCM, 2020; “Actores peruanos se unen a campaña internacional “Quédate en casa, nosotros te acompañamos””, 2020; “Figuras públicas se suman a la campaña #PerúEstáEnNuestrasManos”, 2020); la suspensión de las clases en todas las instituciones educativas; y el uso de mascarilla, el distanciamiento social y el lavado de manos, entre otras medidas (Tabla 1).

Tabla 1. Las medidas aprobadas por la Presidencia del Consejo de Ministros.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aislamiento social obligatorio: la población debe quedarse en sus casas, hasta el 30 de marzo, para prevenir la propagación del coronavirus (COVID-19), según el D. S. N° 044-2020-PCM.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inmovilización social obligatoria desde el 18 de marzo: se prohíbe estar en las calles de 8:00 p.m. a 5:00 a.m. según el D. S. N° 046-2020-PCM.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traslado al centro de labores, si es trabajador esencial (con permiso especial de tránsito), de 5:00 a. m. a 8:00 p. m., salvo que realice una función específica (salud, seguridad) (Decreto Supremo N° 046-2020-PCM, 2020).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a clínicas y hospitales, incluso en vehículo particular, solo si se presenta una emergencia o urgencia médica. Se suspendieron las consultas (Decreto Supremo N° 046-2020-PCM, 2020).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si uno tiene síntomas del coronavirus (COVID-19), uno debe comunicarse a la Central 113, para conocer si necesita una prueba de descarte o visita médica. (“Nueva plataforma telefónica del 113 para atender casos de Covid-19”, 2020).</li> </ul>

Desde el 16 de marzo, el gobierno dispuso el cierre temporal de fronteras y el 22 de marzo entró en vigor el cierre total, por lo que no ingresaría ningún vuelo internacional al país (Decreto Supremo N° 045-2020-PCM, 2020). Esta medida solo permitía vuelos de carácter humanitario que facilitarían el retorno de peruanos. Adicionalmente se indicó que los pasajeros que ingresasen al territorio nacional deberían cumplir aislamiento social obligatorio (cuarentena) por quince (15) días.

## EL COMANDO COVID

A fines de marzo, se creó el “Comando de Operaciones de carácter temporal”, llamado Comando COVID, dependiente del Despacho Ministerial de Salud, con el objeto de implementar, ejecutar, controlar y evaluar el proceso de atención a nivel nacional de los casos de COVID-19 (Resolución Ministerial N°155-2020-MINSA, 2020). El Comando COVID dispuso una serie de medidas para la contención y mitigación de la pandemia, como la identificación temprana de los casos sintomáticos respiratorios; el aislamiento de los casos sospechosos y su cuidado integral con enfoque biopsicosocial; el incremento de la oferta de camas en UCI (con un plan de contingencia específico: UCI-COVID-19) y la gestión coordinada de estos recursos a nivel nacional.

## ENTRADA DE LA COMUNICACIÓN: ENTRE LO POLÍTICO O SECTORIAL

La política de comunicación pública de un gobierno en el Perú está liderada por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM). Bajo la dirección de la PCM se encuentran los 18 sectores que conforman el poder Ejecutivo, entre ellos, el Ministerio de Salud. Cada ministerio cuenta con una dirección de comunicación, encargada de promover y ejecutar las estrategias comunicacionales concernientes a su campo de acción. Cuando se presentó la pandemia, en el Perú, esta instancia coordinó con la Oficina de Comunicaciones del Ministerio de Salud, para indicarle las acciones que asumirían desde el Ejecutivo y aquellas en las que debería centrarse, como parte de su rol en salud pública: brindar información epidemiológica y de los servicios de salud (Resolución Ministerial N° 039-2020-MINSA, 2020). El contexto global y nacional requerían de un análisis eficaz.

El diseño del Plan Nacional de Comunicación para la Pandemia por COVID-19 fue aprobado por el Ministerio de Salud en marzo 2020, con el enfoque de comunicación de riesgos. La finalidad era dar soporte a las decisiones de control sanitario.

De acuerdo con la experiencia, un plan de comunicación en salud debe iniciarse con la lectura integral de la realidad sanitaria (escenarios epidemiológicos principalmente) y del reconocimiento de las conductas sociales (percepciones, valoraciones, resistencias y aceptación) de las personas. Ello permite promover cambios en el comportamiento social, basados en lograr la positiva percepción y comprensión de beneficios (Mosquera, 2002).

Los aprendizajes que se han logrado en las últimas décadas en la comunicación en salud remarcan lo siguiente (Roeder, 2005):

- La relación comunicación – evidencia científica debe ser fluida y se debe lograr sinergia entre la ciencia (conocimiento), lo técnico (los recursos humanos) y la gestión (sistema y servicios de salud).

- La construcción de los conocimientos e información deben estar basados en investigación sobre lo que piensan y sienten los grupos (tanto de riesgo como de vulnerabilidad) de la sociedad.
- Se deben definir mensajes y argumentos que respondan a las diferentes etapas del proceso (en este caso, la pandemia).
- Es necesario desarrollar capacidades en pertinencia con las etapas de intervención.
- Se debe tener presente el enfoque: estamos comunicando en una situación de emergencia sanitaria, donde la comunicación puede marcar la diferencia entre vivir o enfermar.

## LAS CONFERENCIAS PERMANENTES

Durante el inicio de la pandemia, el gobierno peruano consideró que era insuficiente que la tarea informativa y de comunicación estuviese a cargo solo de un sector. Por ello, la información sobre las medidas y orientación fue asumida por la alta representación del gobierno. Adicionalmente, se emitieron normas y comunicados que se difundían en las redes sociales y medios oficiales, que fueron reproducidos por los medios de comunicación. Se optó por un espacio de relación directa entre la presidencia y la ciudadanía, a través del canal de televisión del Estado y los medios privados.

Por ello, se desarrollaron las conferencias de prensa, en las que la más alta autoridad de la nación informaba y explicaba la situación de salud y daba a conocer los datos proporcionados por el Ministerio de Salud. Así, la “conferencia del mediodía del Presidente” era parte de la rutina nacional. Los medios de comunicación mantenían la difusión de las medidas y los comunicados en sus plataformas, reiterando los datos oficiales: número de contagiados, hospitalizados y fallecidos. La vocería de segunda línea (Ministro de Salud; especialistas de salud pública), empezó a ser parte de los noticieros y espacios periodísticos y, posteriormente, se incluyeron a otros expertos.

## SE REALIZA EL PRIMER SONDEO DE OPINIÓN DE PARTE DEL GOBIERNO

A una semana de anunciar el caso cero y emitir las principales medidas de prevención y control, se realizó el primer sondeo de opinión (15 de marzo 2020, con una muestra nacional) a pedido de la Secretaría de Comunicación Social de la PCM. En este sondeo, se señalaba el alto acceso a la información sobre los riesgos y la identificación de síntomas, la percepción positiva con la postergación de clases escolares y las limitaciones del Ministerio de Salud para la atención de las personas. Estos resultados se condicen con lo reportado por Gutiérrez-Tudela (2021) que indica que en el primer mes de la llamada “primera ola”, la población sí acató las medidas.

En meses posteriores, los sondeos señalaban un alto nivel de conocimiento sobre las medidas, los síntomas de la enfermedad y los comportamientos esperados, pero sí un margen de duda en la aplicación de las pruebas rápidas para el diagnóstico. Un argumento señalaba que, en el inicio de la pandemia, no existía disponibilidad en la oferta de pruebas moleculares y solo se contaba con una limitada capacidad de procesamiento de estas (“El Ministerio de Salud empezó a utilizar pruebas moleculares rápidas”, 2020).

## EL ESCENARIO SOCIAL EN LA PANDEMIA

Los hogares con menos recursos reclamaban ayuda social, al no poder generar ingresos económicos para su subsistencia (el 70% de la población económicamente activa es informal). Como respuesta, el gobierno aprobó la salida de un primer “bono social”, lo que generó expectativa en la población. Se emitió así un cronograma de entrega de los bonos, a través del Banco de la Nación. El primer bono entregado fue el “Yo me quedo en casa”, dirigido a 2.7 millones de hogares en condición de pobreza o pobreza extrema, en las ciudades donde la pandemia tenía mayor incidencia (Decreto de Urgencia N° 027-2020, 2020; Decreto de Urgencia N° 044-2020, 2020). Se entregaron a lo largo de la pandemia otros bonos.

Pese a esta excepcional medida, no fue suficiente para satisfacer la creciente demanda de contar con ingresos. En paralelo, empezaron a surgir los reclamos por el cierre de los comercios (alimentos, turismo, transporte, entre otros). Otra manifestación de la desesperación social fueron los grupos de caminantes que se formaron en Lima para regresar a sus lugares de origen. El retorno de éstos generó la propagación del virus a las zonas de llegada. Así el contagio comunitario iba en ascenso (Ayala, 2020). Un tema sensible también fue que, al suspender las clases presenciales en todos los niveles de educación, se organizaron los programas y clases virtuales (“Yo aprendo en casa”) (Méndez & Näslund-Hadley, 2020).

## EL ESCENARIO POLÍTICO DE LA PANDEMIA

En los dieciocho meses transcurridos, el contexto político estuvo marcado por la incertidumbre: tres presidentes en el primer año de la pandemia (2020) y uno recién elegido (2021), además de siete ministros de salud. Durante este periodo, la ciudadanía en general ha vivido momentos de inseguridad respecto a la dinámica de la pandemia y, sumado el factor político, en el sistema sanitario se configuró un agotamiento del personal de salud y una saturación de los servicios. Así, el resultado fue una crisis sanitaria que caminó en cuerdas paralelas con la crisis política. El Instituto de Estudios Peruanos reporta que como resultado de la crisis política y sanitaria disminuyó la confianza que tienen los peruanos con respecto al sistema democrático del país: “En efecto, en el último trimestre del 2020, el 67% de hogares consideraba que la democracia funcionaba mal o muy mal (Instituto de Estudios Peruanos, 2021). Una variante positiva fue el inicio del proceso de vacunación en febrero de este año, lo que permitió reestablecer los mínimos de credibilidad frente al gobierno.

## LA COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA

En estos 18 meses, distinguimos cuatro momentos de la comunicación:

1. El inicio, anuncio de la llegada del virus al país
2. La primera ola
3. La segunda ola
4. El proceso de vacunación por COVID -19



## EL INICIO, ANUNCIO DE LA LLEGADA DEL VIRUS AL PAÍS

El gobierno, a través de la Secretaría de Comunicación Social de la PCM, consideró desarrollar una plataforma nacional de comunicación de riesgos y de crisis, de acuerdo con los escenarios señalados por el Ministerio de Salud. El objetivo fue contar con una instancia de coordinación entre los diferentes niveles de gobierno (central y regional), que permitiese alinear las estrategias discursivas y complementar acciones de comunicación, es decir, contar con una política de comunicación dada la magnitud de la pandemia. Ello suponía definir lineamientos para los procesos de producción de material informativo; acordar los mensajes y ejecución de campañas en medios de comunicación masivos y locales, incluyendo las plataformas digitales; generar alianzas con diversas entidades privadas y difundir los mensajes claves de manera gratuita en los medios de comunicación. Asimismo, se desarrolló una estrategia de vocería con especialistas y autoridades sanitarias, como soporte para la sustentación de las medidas y normas con motivo de la COVID-19.

Sin embargo, este planteamiento fue aplicado de manera parcial. El énfasis se centró en la información y difusión de los mensajes desde la más alta representación. La comunicación desde la intencionalidad política se impuso, lo que generó reacciones en la ciudadanía, que mantenía una actitud expectante ante los anuncios presidenciales, y en la clase política, que observaba críticamente la creciente simpatía hacia el gobernante. Por ello, en el primer tramo de la pandemia, al no desarrollar estrategias de comunicación con un marco estratégico con visión integral y de gestión del riesgo en salud, se agotó la capacidad comunicativa de generar mayores alianzas y de movilización social de las personas por su salud.

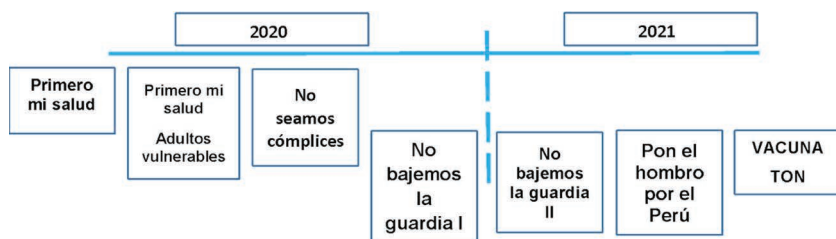
## LA “PRIMERA OLA” Y LA COMUNICACIÓN

Un aspecto crítico para el sistema de salud, después del anuncio del caso cero, fue responder al escenario explosivo del aumento de casos (contagio, hospitalización y fallecidos), conforme pasaban los meses. No fue suficiente remarcar las medidas preventivas para generar la confianza y adhesión social. Las redes sociales se llenaban de noticias de todo el mundo, verdaderas y falsas (infodemia), cargadas de imágenes de personas en la Unidades de Cuidados Intensivos (UCI), de largas filas de personas esperando a ser atendidas en los establecimientos de salud y los rostros de pasajeros desesperados por retornar a sus países de origen. Los medios televisivos creaban secciones especializadas, donde entrevistaban a los representantes de los subsistemas de salud (público, seguridad social y privado). A estos se sumaban los expertos estadísticos, quienes analizaban datos, tendencias y proyecciones.

En la etapa final de la “primera ola”, ocurre una tragedia en la zona norte de la capital de Lima. En el distrito de Los Olivos, se produce una estampida en un club nocturno que dejó al menos 13 muertos en medio del estado de emergencia por el coronavirus (“Discoteca en Los Olivos”, 2020). Así surgió la denominación “fiestas COVID”, un término que aludía directamente a los jóvenes por incumplir las medidas de prevención y provocar el contagio.

En este contexto, aparecieron las campañas publicitarias del gobierno a mediados del 2020 y se mantuvieron hasta el lanzamiento del proceso de vacunación (Figura 1).

Figura 1. Campañas publicitarias del gobierno.



Nota. Elaboración propia.

En el contexto de fin de año (noviembre 2020), surgió un nuevo ruido político: se declaró la vacancia presidencial y se nominó en menos de una semana, a dos nuevos presidentes (Resolución del Congreso N° 001-2020-2021-CR, 2020). Se instala luego una nueva gestión gubernamental (gobierno transitorio), con el encargo de preparar el proceso electoral (Abril 2021), en el contexto de conmemorar los 200 años de vida republicana en 2021 (Bicentenario de la Independencia del Perú).

## LA “SEGUNDA OLA”, COMUNICAR Y ACTUAR

Los epidemiólogos y científicos dedicados a vigilar el curso de la pandemia no se pusieron de acuerdo acerca de en qué momento se iniciaría la llamada “segunda ola”. Fue a mediados de diciembre de 2020 que la sala situacional del Ministerio de Salud, emitida por el Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades del Ministerio de Salud (CDC), daba cuenta de un rápido incremento de casos, así como una mayor demanda de servicios hospitalarios de emergencia y de Unidades de Cuidados Intensivos (UCI), que luego evidenció la segunda ola (“Perú registra nuevo récord”, 2021). Meses atrás, investigadores independientes habían alertado que el contexto de fin de año era propicio para ello (“Ministra Mazzetti advierte una segunda ola”, 2020): las fiestas de Navidad y Año Nuevo; el inicio de la temporada de verano y el periodo de vacaciones escolares.

En esta etapa, el liderazgo comunicacional fue compartido entre la Secretaría de Comunicación Social de la PCM y la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Salud, y se propuso afianzar conductas preventivas y de autocuidado en la ciudadanía en la primera fase de la epidemia COVID-19 y generar un ambiente de confianza que prepare a la población para adaptarse a las medidas de la segunda etapa de la epidemia (Tabla 2).

Tabla 2. Lineamientos planteados para la “segunda ola”.

<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar una estrategia de comunicación de cierre de la primera fase de la epidemia y preparación de la segunda etapa de la epidemia, que fomente comportamientos de corresponsabilidad.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Informar a los ciudadanos sobre las medidas de prevención, control y cuidado, respecto a los casos positivos por COVID-19 en su entorno inmediato: familia, vecinos, distrito, considerando su contexto socio cultural.</li> </ul>

• Difundir los servicios de atención y orientación, que brindan apoyo y soporte emocional a las personas afectadas directa e indirectamente por COVID-19.
• Generar empatía, organización y colaboración de la ciudadanía hacia las personas positivas por COVID-19.
• Informar las medidas de prevención, seguimiento y control dispuestas por la autoridad sanitaria para el segundo escenario de la epidemia.
• Fortalecer la estrategia de comunicación digital COVID-19 para el segundo escenario.
• Generar alianzas de responsabilidad social con los medios de comunicación para difundir las medidas sanitarias acordadas.

Fuente: Oficina General de Comunicaciones y Roeder, Estela. Ministerio de Salud. Setiembre 2020.

La propuesta de focalizar las estrategias de comunicación, considerando la realidad socio-cultural de regiones y distritos con mayor incidencia de casos y una estrategia diferencial para las poblaciones indígenas, conllevó a trabajar la comunicación en espacios públicos, como son los mercados, parques, puntos de transporte.

## EL PROCESO DE VACUNACIÓN POR COVID-19

Antes de iniciar el proceso de vacunación (febrero 2021), se preparó el plan de comunicación. El nuevo gobierno definió la articulación de los planes de comunicación (PCM-MINSA). Es así que, previo al diseño del plan 2021 de comunicación para la vacunación, se evaluaron los resultados de las intervenciones y se halló lo siguiente (Evaluación de acciones de comunicación. Documento de trabajo. OGC/E. ROEDER. MINSA. 2020):

- La comunicación de emergencia respondió a lo inmediato. Énfasis en la información.
- Las campañas y la comunicación fueron dirigidas a un público general.
- Desconfianza y desinformación en la población.
- Quiebres con los medios de comunicación (ellos llevaron una agenda propia sobre la pandemia).
- No se contó con investigación.

El contexto estaba además marcado por el inicio del año electoral con altos niveles de conflictividad, incertidumbre sobre la evolución de la pandemia y la llegada de las vacunas, cansancio generalizado y llegada de la segunda ola. Ello conllevó a una propuesta conjunta entre el Ministerio de Salud y la PCM, que incluyera: i) Unidad y coherencia en la comunicación; ii) Contenido formativo y motivacional; e iii) Información de valor que genere confianza y liderazgo (Figura 2). La apuesta era ampliar el ámbito de la conversación alrededor del COVID-19, a fin de activar el interés ciudadano, considerando el riesgo latente (la pandemia continúa) y valorar los beneficios de vacunarse para lograr la protección y reducir la gravedad.

Figura 2. Conceptualización de la comunicación para vacunar en tiempos de pandemia.

## VACUNAR EN TIEMPOS DE PANDEMIA – 2da Ola



Nota. Elaborado por Roeder, Estela. Ejecutiva Adjunta. Ministerio de Salud. 2020.

Las vacunas arribaron al Perú el 7 de febrero de 2021 (Resolución Ministerial N° 161-2021-MINSA, 2021; Resolución Ministerial N° 194-2021-MINSA, 2021). El primer grupo fue previsto para el personal de salud (primera línea). Con el lema “*Pongo el hombro por el Perú*” se desarrolló el proceso de vacunación (“#PongoEl-Hombro: la campaña del Minsa contra las fakenews”, 2021). El Ministerio de Salud propuso la estrategia al gobierno, considerando trabajar simultáneamente la prevención, la contención y la vacunación. El objetivo era lograr que toda la población de 18 años a más participe y reciba de manera informada la vacuna contra la COVID-19.

Las estrategias incluían la comunicación digital; publicidad en los medios masivos; paneles y propaganda en ámbitos públicos; vocería especializada; información a los líderes de opinión; y seguimiento a través de encuestas. Estas acciones se empezaron a desarrollar desde fines de febrero, pese a que, en ese mismo mes, se dio un nuevo cambio de liderazgo en el Ministerio de Salud.

Con la nueva gestión, se incluyó el enfoque territorial y la segmentación más específica por grupos de edad. Se organizaron los “vacunatonos” (jornadas de vacunación de 24 horas los fines de semana) en las principales ciudades (Resolución Ministerial N° 488-2021-MINSA, 2021). Así, después de la vacunación del personal de salud, se inicia el proceso con los grupos poblacionales mayores de 90 años, con la ampliación gradual cada semana dirigida a los grupos de edad menores.

### A MODO DE REFLEXIÓN ¿QUÉ SE PODRÍA INCORPORAR EN UNA RESPUESTA DE COMUNICACIÓN FRENTE A UNA NUEVA PANDEMIA EXTREMA EN EL PAÍS?

Sin duda, la pandemia del COVID-19 superó cualquier plan inicial de comunicación en salud que se haya diseñado sobre la base de las experiencias adquiridas en las pandemias anteriores como la del cólera y H1N1. En este contexto, nos

preguntamos ¿qué tipo de comunicación es la adecuada para situaciones extremas? ¿Desde dónde es posible una comunicación eficaz y asertiva? ¿Se pueden optar por modelos teóricos que fortalezcan los enfoques de comunicación ya utilizados? ¿Es posible apoyarse en evidencia empírica para diseñar estrategias eficientes, considerando el contexto peruano?

Creemos que dos puntos claves en esta reflexión deben considerar el valor de las teorías de cambio de comportamiento y el empleo de datos empíricos para diseñar intervenciones que sean factibles. Por ejemplo, se pueden considerar distintas rutas de cambio de comportamiento con el fin de prevenir las conductas riesgo, sobre todo en la etapa inicial y en poblaciones vulnerables. El Modelo de Proceso Paralelo Extendido (EPPM por sus siglas en inglés, Stephenson & Witte, 2001) sugeriría que se puede motivar cambios de comportamiento incrementando las percepciones de susceptibilidad o de severidad en los individuos con respecto a una enfermedad contagiosa; también sugiere que otra ruta de cambio supone aumentar la percepción de autoeficacia que tiene la población con respecto a comportamientos que previenen el riesgo. Es decir, este modelo sugiere rutas alternativas para motivar el cambio considerando las valoraciones de riesgo que tiene la población. Pero ¿qué ruta se podría elegir cuando se diseña una campaña? Y en el caso de una pandemia extrema como la del COVID-19, ¿con qué información empírica se podría contar para realizar campañas factibles en el Perú?

En nuestra descripción de los momentos iniciales de la pandemia, se hizo notar la utilización de sondeos poblacionales para conocer la percepción de los ciudadanos con respecto a la información recibida por parte del gobierno. Creemos que esos sondeos son oportunidades para generar información, por medio de mediciones de variables asociadas a un modelo específico de cambio de comportamiento (por ejemplo, en EPPM, mediciones de susceptibilidad, severidad o autoeficacia), que permita elegir contenidos claves para los mensajes persuasivos. Así, estos mensajes pueden enfocarse en percepciones relacionadas con variables que motivan el comportamiento. Asimismo, los sondeos pueden ser una oportunidad para testear alternativas de mensajes o estrategias ya diseñadas, mediante el empleo de exposición aleatoria a estímulos, con el fin de elegir las propuestas más eficaces para el cambio de comportamiento.

En suma, la elección de una teoría de cambio, así como el aprovechamiento de los sondeos para “levantar” información rápida que permita diseñar estrategias eficaces son dos recomendaciones que se pueden considerar para futuras respuestas de comunicación ante una pandemia similar a la del COVID-19.

## CONCLUSIONES

De modo general y en vista del proceso experimentado en el país durante la pandemia, presentamos a continuación nuestras conclusiones más importantes:

- La comunicación en salud debe desarrollarse como un componente estratégico, que articule los diferentes niveles de gobierno. Ello requiere ampliar los enfoques y prácticas comunicacionales. La comunicación en salud debe convertirse en una política de comunicación para la gestión de riesgos en salud.

- La investigación en comunicación en salud vinculada a la pandemia debe ser un eje de trabajo en la academia. Las universidades deben abrir espacios de trabajo, grupos de discusión y de propuestas sobre el tema.
- La teoría y la investigación en comunicación en salud pueden contribuir eficientemente con el diseño y la selección de estrategias claves para generar cambios de comportamiento en la población.
- Se deben desarrollar capacidades de comunicación en salud, desde el enfoque de comunicación de riesgos, en los comunicadores que trabajan en entidades públicas y privadas.
- Los medios de comunicación deben ser incluidos activamente para una estrategia de cobertura nacional y regional.
- Se debe promover la construcción de una visión más dialógica entre los especialistas de salud y los comunicadores. Los voceros especialistas en salud pública deben desarrollar habilidades de comunicación.
- Es necesario desarrollar un despliegue informativo desde las fuentes oficiales, que exige una oferta de contenidos dinámica y actualizada.
- De organizarse una plataforma de comunicación para la gestión del riesgo, deben estar presentes las entidades públicas y privadas, como los medios de comunicación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

#PongoElHombro: la campaña del Minsa contra las fakenews sobre la vacunación del covid-19. (7 de febrero de 2021). El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/114870-pongoelhombro-la-campana-del-minsa-contra-las-fakenews-sobre-la-vacunacion-del-covid-19>.

Actores peruanos se unen a campaña internacional “Quédate en casa, nosotros te acompañamos”. (24 de abril de 2020). Elcomercio.pe <https://elcomercio.pe/videos/entretenimiento/actores-peruanos-se-unen-a-campana-internacional-quedate-en-casa-nosotros-te-acompanamos-nnav-actores-peruanos-quedate-en-casa-campana-internacional-noticia/>.

Ayala, H. (5 de mayo de 2020). Desplazamiento forzado en tiempos de COVID-19: ¿qué hemos aprendido del posconflicto? IDEHPUCP. <https://idehpucp.pucp.edu.pe/notas-informativas/desplazamiento-forzado-en-tiempos-de-covid-19-que-hemos-aprendido-del-posconflicto/>.

Coronavirus: Vizcarra confirma el primer caso en el Perú. (6 de marzo de 2020). Gestión. <https://gestion.pe/peru/coronavirus-en-peru-martin-vizcarra-confirma-primer-caso-del-covid-19-en-el-pais-nndc-noticia/?ref=gesr>.

Covid-19: qué es una sindemia y por qué hay científicos que proponen llamar así a la crisis del coronavirus. (14 de octubre de 2020). BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54543375>.

Decreto de Urgencia N° 027– 2020, Decreto de Urgencia que dicta medidas complementarias destinadas a reforzar el sistema de vigilancia y respuesta sanitaria



frente al COVID-19 en el territorio nacional y a la reducción de su impacto en la economía peruana. (16 de marzo de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/dictan-medidas-complementarias-destinadas-a-reforzar-el-sist-decreto-de-urgencia-n-027-2020-1865024-1>.

Decreto de Urgencia N° 044- 2020, Decreto de Urgencia que establece la ampliación de las medidas dispuestas en el Decreto de Urgencia N° 027-2020 para la protección económica de los hogares vulnerables ante el riesgo de propagación del COVID-19. (21 de abril de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-de-urgencia-que-establece-la-ampliacion-de-las-medid-decreto-de-urgencia-n-044-2020-1865659-2>.

Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19. (15 de marzo de 2020). <https://www.gob.pe/institucion/pcm/normas-legales/460472-044-2020-pcm>.

Decreto Supremo N° 045-2020-PCM, Decreto Supremo que declara el estado de emergencia nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del brote del COVID-19. (17 de marzo de 2020) [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/567152/DS\\_045-2020-PCM.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/567152/DS_045-2020-PCM.pdf).

Decreto Supremo N° 046-2020-PCM, Decreto Supremo que declara el Estado de Emergencia Nacional, por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19. (18 de marzo del 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-supremo-que-precisa-el-decreto-supremo-n-044-2020-p-decreto-supremo-n-046-2020-pcm-1865070-1>.

Decreto Supremo N°008-2020-SA, Decreto Supremo que declara en Emergencia Sanitaria a nivel nacional por el plazo de noventa (90) días calendario y dicta medidas de prevención y control del COVID-19. (11 de marzo de 2020). [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1206594/DS\\_N\\_\\_008-2020-SA.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1206594/DS_N__008-2020-SA.pdf).

Decreto Supremo N°116-2020-PCM, Decreto Supremo que establece las medidas que debe observar la ciudadanía en la Nueva Convivencia Social y prorroga el Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del COVID-19. (26 de junio de 2020). [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/898487/DS\\_116-2020-PCM.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/898487/DS_116-2020-PCM.pdf).

Discoteca en Los Olivos: qué se sabe de la estampida en un club nocturno de Perú que dejó al menos 13 muertos en medio del estado de emergencia por el coronavirus. (23 de agosto de 2020). BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53876363>.

El Ministerio de Salud empezó a utilizar pruebas moleculares rápidas hechas en el Perú para diagnosticar la COVID-19. (8 de septiembre de 2020). Instituto Nacional de Salud. <https://web.ins.gob.pe/index.php/es/prensa/noticia/el-ministerio-de-salud-empezo-utilizar-pruebas-moleculares-rapidas-hechas-en-el-peru>.

Evaluación de acciones de comunicación. Documento de trabajo. OGC/E. ROEDER. MINSA. 2020.



- Figuras públicas se suman a la campaña #PerúEstáEnNuestrasManos. (20 de marzo de 2020). El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/93287-figuras-publicas-se-suman-a-la-campana-peruestaennuestrasmanos>.
- Gutiérrez-Tudela, J. W. (2021). La pandemia de la COVID-19 en el Perú: análisis epidemiológico de la primera ola. *Revista De La Sociedad Peruana De Medicina Interna*, 34(2), 51-52. <https://doi.org/10.36393/spmi.v34i2.595>.
- Instituto de Estudios Peruanos (2021). Las instituciones y la pandemia. <https://www.ipe.org.pe/portal/las-instituciones-y-la-pandemia/>.
- Labraña, M; Rivero, E; Roeder, E. (2010). Comunicación y Buenas Prácticas en Vacunación contra Influenza Pandémica H1N1 (análisis de caso: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, honduras y Nicaragua).
- Méndez, C. & Näslund-Hadley, E. (15 de junio de 2020). La opinión de más de 8,000 familias sobre la educación remota durante la pandemia. *Enfoque Educación*. <https://blogs.iadb.org/educacion/es/opinieducacionremota/>.
- Ministra Mazzetti advierte que una segunda ola de contagios es un “riesgo real”. (7 de diciembre de 2020). El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/110375-ministra-mazzetti-advierte-que-una-segunda-ola-de-contagios-es-un-riesgo-real>.
- Mosquera, M. (2002) Comunicación en Salud: Conceptos, Teorías y Experiencias. OPS/OMS. <https://www.comminit.com/la/node/150400>.
- Nueva plataforma telefónica del 113 para atender casos de Covid-19 se lanzará el próximo martes. (23 de marzo de 2020). Gestión. <https://gestion.pe/peru/nueva-plataforma-telefonica-del-113-para-atender-casos-de-covid-19-se-lanzara-el-proximo-martes-coronavirus-peru-nndc-noticia/?ref=gesr>.
- Perú registra nuevo récord con casi 12.000 contagios de covid-19 en un día. (27 de marzo de 2021). France 24. <https://www.france24.com/es/minuto-a-minuto/20210327-per%C3%BA-registra-nuevo-r%C3%A9cord-con-casi-12-000-contagios-de-covid-19-en-un-d%C3%ADa>.
- Resolución del Congreso N° 001-2020-2021-CR, Resolución del Congreso que declara la permanente incapacidad moral del Presidente de la República y la vacancia de la Presidencia de la República. (10 de noviembre de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/resolucion-del-congreso-que-declara-la-permanente-incapacida-resolucion-n-001-2020-2021-cr-1901560-1>.
- Resolución Ministerial N° 0158-91-SA, Resolución Ministerial que establece que el INS forma parte de la Comisión Ejecutiva Nacional para el control del Cólera.
- Resolución Ministerial N° 039-2020-MINSA, Aprobación del Plan Nacional de Preparación y Respuesta frente al riesgo de introducción del Coronavirus 2019-nCoV. (1 de febrero de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/aprueban-documento-tecnico-plan-nacional-de-preparacion-y-resolucion-ministerial-n-039-2020minsa-1851547-2>.
- Resolución Ministerial N° 155-2020-MINSA, Creación del Comando de Operaciones por COVID-19. (31 de marzo de 2020). <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/574779/resolucion-ministerial-n-155-2020-minsa.PDF>.

- Resolución Ministerial N° 161-2021-MINSA, Resolución Ministerial que modifica el rubro “Fases de vacunación” del Plan Nacional de Vacunación contra la COVID-19. (3 de febrero del 2021). <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1645871/Resoluci%C3%B3n%20Ministerial%20N%C2%BA161-2021-MINSA.pdf>.
- Resolución Ministerial N° 194-2021-MINSA, Resolución Ministerial que incluye al Presidente de la República en la Fase I del rubro “Fases de Vacunación” del Documento Técnico: Plan Nacional de Vacunación contra la COVID-19. (9 de febrero de 2021). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/incluyen-al-presidente-de-la-republica-en-la-fase-i-del-rubr-resolucion-ministerial-no-194-2021minsa-1926600-1>.
- Resolución Ministerial N° 488-2021-MINSA, Aprobación del Documento Técnico: Plan Nacional Actualizado de Vacunación contra la COVID-19, que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución. (14 de abril de 2021). <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1805112/Resoluci%C3%B3n%20Ministerial%20N%C2%B0%20488-2021-MINSA.pdf>.
- Roeder, E. (2002). Entrevista a Carlos Vidal Layseca sobre lecciones aprendidas epidemia del Cólera. Documento no publicado.
- Roeder, E. (2005). Desarrollo de capacidades en comunicación en salud. ¿Desde dónde ubicar los nuevos paradigmas? Consorcio de Universidades.
- Roeder, E. (2007). La comunicación en el Cólera. Presentación en el curso organizado por el Instituto de Recursos Humanos del MINSA: Proyecto PARSALUD. Universidad Nacional del Centro.
- Stephenson, M. & Witte, K. (2001). Creating fear in a risky world. Generating effective health risk messages. En R. Rice & Ch. Atkin (Eds). Public communication campaigns (3ra edición). pp.88-102. Thousand Oaks, CA: Sage.

Crisis communication in pandemic times.  
Digital reputation management by the General  
Directorate for Health of Portugal

Comunicación de crisis en tiempos de pandemia.  
Gestión de la reputación digital por la Dirección  
General de Salud de Portugal

Communication de crise en temps de pandémie.  
Gestion de la réputation numérique par la  
Direction générale de la santé du Portugal

ANA RAQUEL LOPES

*Polytechnic of Viseu, Portugal*  
*raquelferrazlopes88@gmail.com*

ANA MAFALDA MATIAS

*Polytechnic of Viseu, Portugal*  
*anamafalda@esev.ipv.pt*

### **Abstract**

Faced with a crisis, the strategic communication that an organization uses to transform its goals into segmented messages according to the recipients is essential to overcome it. The actions it develops, everything it performs and demonstrates, guarantees not only its solidity but also its credibility.

Thus, through the analysis of the communication strategy of the General Directorate for Health in Portugal, during an unprecedented global crisis –the SARS-Cov-2 pandemic–, we seek to address the importance of communication for the functioning, image, and reputation of an organization public and its weight within it, giving special emphasis to the variable of crisis communication in social networks Facebook and Instagram, as an integral part of an organization's strategic communication.

The work is based on a mixed research methodology, consolidating the practical component in a case study that seeks to achieve more solid results and refine the conclusions, through qualitative data on a quantitative scale.

**Keywords:** Communication; crisis; reputation and image; COVID-19.

## INTRODUCTION

Currently, technological evolution, the profound and diverse changes in the way society communicates, and the tools it uses, make the organizational communication (OC) of any public entity/organization demonstrate a strong concern to defend and enhance its reputation and convey a positive image to its audiences. The perception of communication actions already carried out shows that the new media are the main communication tools in the second decade of the 21st century (Fearn-Banks, 2010). Public organizations are learning how new social media can be excellent conduits and transmitters of useful information, capable of combating and modifying negative events that could cause enormous damage to the reputation of these organizations. In order to minimize the negative effects of these events, Public Relations emerged, as a privileged theoretical field to identify risks, prevent and act in the face of a crisis. Good crisis communication (CC) practices emerge as an integral part of a complex crisis management (CM) process.

Throughout our existence, crises have always been present in several different areas, we can see them in our daily lives, in society or in the environment around us. These arise from the various risks to which humanity is exposed.

The probability of emerging pandemic crises and other health-related risks has been reported by several studies and alerted by various entities and organizations. For example, The Global Risks Report published in March 2021 refers to the warning given in its 2006 report of a potential lethal flu, where its spread could change global travel patterns and compromise several sectors such as tourism, the trade, industry, among others, representing an acute threat to the planet (World Economic Forum, 2021).

The trend, confirmed by data from the Institute for Crisis Management (ICM), is that the next few years will see an exponential growth in unpredictable crises (Institute for Crisis Management, 2020). It is essential and necessary that governments, institutions, companies, and autarchies are prepared to act in an excellent manner, pre-establishing crisis communication strategies adapted to situations, identifying the publics involved and adopting the rules of contact with the media. It is necessary to be aware and foresee hypothetical scenarios that may affect organizations, based on success or failure cases, as examples of what should or should not be done. However, each case is different.

It is in this context that this work seeks to investigate good communication practices, explore concepts, and develop an analysis on the theme of crisis communication in natural disaster situations and its adaptation to the digital environment. This project bases its approach on a case study based on an event with great national and global media impact, the infection caused by the coronavirus, called COVID-19. It seeks to understand how the General Directorate for Health (DGS), the Portuguese Government's health authority, assumes and conducts its communication in a moment of great national fragility.

## SUBJECT

Any organization, regardless of the reason for its existence, seeks to convey a positive image to its audiences. When crisis situations occur, whether they are predictable or unpredictable, they threaten an institution's most important asset: its reputation. The crisis will always be the reflection of a failure in the management process, in which communication has a preponderant role in the control and propagation of the crisis in the media and before its audiences. The scarcity of studies on crisis management and communication and their application to social networks highlights the relevance of carrying out this research. Despite the strategic importance of social networks in responding to the crisis, only a small number of studies analyze them as a tool for crisis communication (Ki & Nekmat, 2014). In particular, little is known about communication models and the extent to which organizations use them effectively in social networks. Through an empirical study, the aim is to contribute to broadening knowledge regarding the vast area of Public Relations and, especially, crisis situations and CC in social networks.

Thus, the object of this work seeks to address the importance of communication for the functioning, image and reputation of a public organization and its weight within it, giving special emphasis to the variable of crisis communication in a digital environment as an integral part of strategic communication of an organization.

## CRISIS MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS

Currently, any public or private organization is subject to, at a certain point in its existence, being involved in a situation that requires the intervention of professionals specialized in crisis communication. Wilson Bueno argues that this does not distinguish large, medium, or small companies; it can happen to any of them. It also states that the larger the company, the greater the probability of developing crisis situations (Bueno, 2019). A crisis occurs when the image, reputation and credibility of an institution is negatively affected. Regardless of its origin, any company can be affected at different levels and with different degrees of intensity. Tendentially, administrators and directors of national companies believe that in the face of a crisis, they will act to manage to hide it before it is made public. According to Caetano et al. (2006) people tend to think and act in the same way, which leads them to react in companies and in society according to their personal identity. In personal life, when we find ourselves in a "crisis", we resort to close family members, friends or simply wait for the crisis to pass. However, most of the times we find that the situation faced spreads, directly or indirectly reaching those around us, without this being resolved. Rare are the cases in which crises do not reach an audience or do not have a negative impact. The same happens within organizations, with the difference that in these there is the involvement of the media and the rapid dissemination of information. It is considered that we are facing a crisis, since it involves a mediatic reality (Caetano, Vasconcelos, & Vasconcelos, 2006).

Although, in general, crisis situations occur with a great degree of unpredictability, in most cases, they can and should be anticipated (Forni, 2019). According to Wilcox et al., (2000), cit in Caetano et al., 2006, p.19) "only 14% of the crises are unexpected, which indicates that, when a crisis occurs, 86% of the cases, the company I should be

prepared for it". The evolution of the crisis is moving fast, and strategic planning is essential. The best way to manage a crisis situation is to prevent, monitor situations and information and assess the threats and opportunities that may arise from the installed problem (Lampreia, 2007). It is only possible to overcome the crisis by building a strong business culture. It is essential to develop a prevention and crisis management plan in order to complete the strategic planning (Caetano et al., 2006). However, studies show that less than half of all organizations have a crisis plan, increasing exposure to risks and damages that are difficult to overcome (Pérez & Garcia, 2010). There are predictable crises, but the vast majority are unpredictable, due to the surprise effect. These are critical situations that, in one way or another, can be foreseen, such as bankruptcies or collective redundancies. Unpredictable crises are the most serious, problematic and difficult to manage. Included in this group are natural disasters (Lampreia, 2007).

Fearn-Banks (2010) refers to crisis as an unpredictable event, with a potentially negative result, which affects the company, the industry, as well as its audiences, services and good reputation, and its resolution is based on two pillars, in management and in crisis communication. At first, crisis management is carried out, as an integral part of a strategic planning process, which removes part of the risk and uncertainty of the negative occurrence and, thus, allows the organization to have greater control over its own destiny.

Subsequently, the fight against the crisis is planned based on crisis communication, which represents the moment of dialogue between the organization and its audiences before, during and after the negative occurrence. It is through crisis communication that tactics are developed, and strategies designed to minimize damage to the organization's image (Idem, 2010). After all, "it is through the media visibility of information about the crisis that the organization controls the effects of the crisis on its reputation and on the way the public perceive it" (Sebastião, 2009, p. 175).

## CRISIS CATEGORIES

Crises can arise within the organization, called internal crises, or through factors outside the company – external crises (Mitroff, Shrivastava & Firdaus, 1988). However, one of the first divisions that is common to observe, in the great majority of authors and researchers on crises, is related to its predictability. For example, Beirão et al. (2008) present two types of crisis: predictable and unpredictable. Predictable crises are all situations that any organization knows beforehand and that most often arise internally. Generally, companies know the causes that triggered the less positive moment, so they must immediately activate a communication strategy that minimizes the impact and damage to the organization's reputation. Unpredictable crises come by surprise, making them more difficult to manage and control. The difficulty in managing unpredictable crises in unprepared companies "lies in the human tendency to react emotionally" (Caetano et al., 2006, p.21). The opinion is unanimous, all crises must be previously planned and prepared, even unpredictable ones. It is necessary to make quick decisions, and have a strategic plan already defined, as it will save time. Any company or organization must be prepared to react through communication in any emergency, whether through a preventive plan or through a defensive plan (Mendes, 2006).

Regardless of the typology allocated to a crisis, the basic methodology for dealing with any type of emergency is, in Lampreia's opinion (2007, p.18) "always the same, regardless of all other surrounding aspects...what to learn on crisis management will be applicable to any business crisis situation".

Each crisis is unique and has its own characteristics. The key to any successful crisis management and overcoming plan lies in the ability of those who put it into practice, whether they are managers, directors, communication departments or technicians specialized in crisis management, knowing how to improvise and adapt to different situations that arise, seeking to adopt adequate measures that are favorable to the organization's image. Recent research and investigations in the scope of the addressed theme stand out from the classical analysis, seeking to approach crisis management through a positive connotation, in order to highlight the crisis as an opportunity and positive reinforcement of the image and reputation of organizations (Sellnow, 2013). Numerous global institutions that have faced major organizational crises have demonstrated and proved that great opportunities can arise during these, highlighting and reinforcing their capacity to adapt quickly to new realities in a dynamic and effective way. During major crises, there are complete changes in historical and social paradigms that are important for human evolution, breaking with values and beliefs that are often outdated and giving way to new and coherent ideas, always representing a challenge for society, but of great importance for progress and advancement in the world.

## CRISIS COMMUNICATION TOOLS

The step-by-step approach to crisis management advocated by most of the theories analyzed is an ideal framework to allow for unifying guidelines on the best strategies to adopt in the face of a crisis. Such a framework allows crisis managers to consider the various options available and place their decisions. Regardless of the degree of intensity, type or responsibility attributed to the crisis, it is possible for the organization involved to limit damage, demonstrate trustworthiness, safeguard relationships with stakeholders and repair its image, protecting and guaranteeing its credibility and reputation. For this, it is necessary to involve the largest possible number of top decision makers in the company, as well as shareholders, workers and customers, in order to ensure unanimity in the behavior demonstrated, both internally and externally. After ensuring the involvement of everyone, the organization is able to effectively face any crisis situation (Lampreia, 2007).

Human resources – The crisis management and communication team the crisis management team (CMT), usually designated as the "crisis committee", must be previously formed, that is, it must be constituted before the crisis breaks out. However, as most companies do not act preventively, their first task is to designate the members of the management team. EGC is defined as "the group of people responsible, in a crisis situation, for defining the objectives and action plan to follow, assuming the management of all communication actions that will be carried out following the event" (Caetano, Vasconcelos & Vasconcelos (2006, p.49). Forni (2019) adds that this group consists of a small group of people (between 5 and 12) in strategic positions and key areas, with the objective of helping to plan and manage. It does not need to have a formal structure, but a permanent character and availability 24 hours



a day, including weekends and holidays, as a crisis does not have a time or place to happen (Lampreia, 2007).

### **MATERIAL TOOLS – THE CRISIS MANUAL**

The crisis manual is a tool to support crisis management that includes and mentions the main guidelines and basic instructions in order to minimize the negative effects of a crisis, regardless of its type or the reason that triggered

it. In the form of an updated plan relevant to the business model in question, the document must be practical, easily accessible and quickly consulted in order to optimize its operability (Lewis, 2020).

The members of the crisis committee should seek to be familiar with its content, know its basic principles and the guidelines that are contemplated, as well as the response policies and all the procedures to be adopted. Therefore, the manual must be in the possession of each committee member and must not be exclusively for digital use: certain crises prevent access to computers or the internet (Fearn-Banks, 2010).

### **MATERIAL TOOLS – THE COMMUNICATION PLAN ON SOCIAL MEDIA**

With technological advances and the growing use of the internet by publics and organizations, it is necessary to create and use crisis response strategies in a digital environment. The new challenges that communication and Public Relations professionals face lead them to adapt and integrate different communication tools, seeking to take advantage of this new way of communicating. Adapting to this reality implies major changes in communication models that must now be guided by premises such as content, reach and empathy (Mendes et al., 2006). Organizations should focus on creating and monitoring content to ensure message control during periods of crisis. In the online universe, the quality of content also depends on the quality of information, which in a way helps to reach the public's trust, leading to this presents greater availability to accept messages from the organization.

Online monitoring allows to keep organizations updated about everything that is said, in almost real time, representing a high strategic potential to prevent, detect and avoid potential crises. It will also make it possible to outline response strategies developed based on their characteristics, depending on the moment/event experienced, contributing to the identification of risk profiles or potentially undesirable issues that, in the long term, could lead to new crises. The reach issue, which is strongly related to the ability to disseminate information, must integrate models of interactive communication that lead to the involvement of audiences seeking to obtain feedback through dialogue between the public and the organization. As for the last premise pointed out by the author, public empathy is achieved through the relationship of trust and positive reputation transmitted by the company or institution.

In this context, the challenge now facing organizations is that the response to the crisis also includes social media, namely social networks, as an integral part of the crisis communication plan. The characteristics of social networks, as a communication and PR tool, are ideal to fill the need for immediacy and speed that characterize the management of a crisis situation. In view of this, it is on social

networks that the organization's first response/clarification must be published and disseminated (Santos, 2020). Stakeholders simply want a quick, clear and consistent response. If crisis communication through traditional means requires speed, social media is essential to ensure that the company's reputation is maintained. It can be said that the role of social media in a crisis involves defending the organizational image (Forni, 2019). Now, through social networks it is possible to transmit messages instantly, giving organizations the opportunity to communicate directly and without intermediaries with the target people. In a moment of crisis, it can be a great tool to deter the negative opinion of stakeholders, safeguarding the organization's image and reputation. The best communication on social networks is one that is open to direct the online conversation during and after the crisis, seeking to dialogue in a positive and productive way (Snoussi, 2020).

Therefore, communication strategies through the digital world make the communication process faster, cheaper, improve public understanding, change perceptions and behaviors, as well as reduce costs and save time through the correct use of available tools, always keeping in mind account the interaction of two ways (Engrácio, 2015, Mendes et al. 2006).

Regardless of the established objective, the message must be adjusted to each target audience and tactics suitable to their characteristics, behaviors and expectations must be used. A digital strategy focused on effective communication is based on the production of quality content and the relationship with the customer, and its planning must be adapted over time and according to the advancement of new technologies and changes in the behavior of groups or individuals. Thus, the choice and selection of the social media platform to use must meet the objective of what you want to communicate, and your message must adapt to each one of them. In the case of some social networks, it is possible to reuse some content and publish it on other platforms. It is important to use complementary tools in order to obtain superior performance in terms of interaction and connection with the public.

One of the multiple advantages of using these platforms during a crisis and disaster situation is their application to public organizations. According to Fugate (2011), communication strategies in social media allow government entities to get closer to the public, establishing bidirectional communication, completely modifying the usual way of communicating with this type of entities.

Regarding the recovery of an organization's image and reputation, the strategy may be the inclusion on social networks – such as on Facebook and Instagram – informative content on the types of support that are available to individuals and families affected by crisis, including the procedures to be followed to request such assistance, by posting deadlines, forms and using links to organizations involved in supporting families (Lindsay, nd). Although different social media have different resources and audiences, their use allows, in general, to facilitate dialogue with the communities that use them and receive relevant information from all sources, including from other organizations, public or private, groups of volunteers, etc, in order to create a common operational framework (Fugate, 2011). In this way, organizations can use their Facebook and Instagram page to demonstrate that they collaborate with other entities, sharing identical information and cooperating to achieve a greater purpose, the well-being of the public and everyone involved and

affected by a catastrophe. For example, Facebook supports various organizations related to emergencies and universities, and provides Information Systems for crisis management, through a free humanitarian software (Lindsay, s.d.).

## **CASE STUDY – THE COMMUNICATION MODEL OF THE DGS IN COMBATING THE CRISIS**

The Portuguese General Directorate for Health (DGS) is a service of the Ministry of Health, under the direct administration of the State, with administrative autonomy. Founded in 1899, with the name of General Directorate for Health and Public Beneficence, it emerged after the black plague epidemic that, in that same year, devastated the city of Porto and was created with the objective of improving the defense against future epidemics (George, 2013). Its current role is to regulate, guide and coordinate health promotion and disease prevention activities. It also defines the technical functions for the provision of health care, planning and developing the national policy for quality in the national health system, as well as ensuring the elaboration and execution of the National Health Plan (DGS, 2020). Its main intervention areas are: coordinate and ensure epidemiological surveillance; analyze and disseminate health information; regulate and guarantee quality in health; manage emergencies in Public Health; support the exercise of the competences of the National Health Authority; coordinate the activity of the Ministry of Health concerning European and international relations.

This organization centered on the interests of citizens, in cooperation with other services, has followed, since the beginning of the COVID-19 pandemic, the development of the outbreak by activating a Public Health device, with monitoring and epidemiological surveillance and ensuring management and communication of risk. Among the various activities carried out over the months of the pandemic, the following stand out in terms of communication: the constitution of a team of experts/specialists (task force) to respond to the epidemic; the dissemination of daily communications; the organization of Press Conferences (also live broadcasted on social media); the production and updating of information for citizens on the DGS website and social networks; the production and dissemination of informational materials for different audiences, including airports, ports, health units, schools and the general population and the monitoring of social networks (DGS, 2020). Thus, this research intends to analyze in depth the digital strategies used in social networks, namely on the DGS Facebook and Instagram pages, which have had a crucial role in the dissemination of information to the public in general.

The scarcity of studies on crisis management and communication in Web 2.0 highlights the relevance of carrying out this investigation. Through an empirical study, the aim is to contribute to broadening knowledge regarding the vast area of Public Relations and, especially, crisis situations and crisis communication in Web 2.0.

## **DATA COLLECTION**

In accordance with the methodological considerations previously listed, the research carried out implied, in its empirical plan, a set of diversified data collection and analysis operations aimed at the units of analysis that we consider essential to

analyze the processes of strategic communication, namely communication of crisis used in the face of the natural disaster under study.

Initially, the analysis of the organization's Facebook and Instagram pages was done manually. The official page of the organization was selected through the search engine provided by the platforms. The collection was intended to be exhaustive and thorough, seeking to focus on all publications in the period analyzed. However, due to the large amount of content sharing of the organization on the social media pages, the daily data collection resulted in a huge volume of data, without being possible to view all the publications. Therefore, it was necessary to exclude from the manual analysis the general publications on the Facebook page, as it was not possible to access their entirety. Bearing this problem in mind, we proposed to test various platforms for analyzing social networks, such as Social Bakers, FanPage Karma and the portuguese Swonkie, and to select the one that met the project's objectives and the various variables under analysis. The platform that best fit was Fanpage Karma, a social media analysis tool created in 2012 by Nicolas Graf von Kanitz and Stephan Eyl (Fanpage Karma, 2021).

Therefore, much of the data collection was done through this social media monitoring tool. However, in some variables there was a need to isolate or collect elements that were not possible to obtain through the platform.

## RESULTS AND CONCLUDING NOTES

In an unprecedented crisis like the one we are currently experiencing, social networks have proved to be excellent vehicles regarding the combat of misinformation, and the management and dissemination of information in the field of public health, in the digital environment. Daily – and as an example–, Facebook and Instagram provide the population with access to educational materials as alternative service channels to traditional media. Increasingly, these new media are a commonly used tool in the relentless search for information. For example, Facebook is considered one of the main sources of information consumption in the world and the most used network for the transmission of messages and content (Newman et al., 2017). Instagram, on the other hand, is a powerful social network that has proved to be quite effective in communicating and disseminating content among younger people (Marktest, 2020).

Thus, for an organization's strategic communication to prove beneficial in social networks, during a crisis, it is necessary to understand their role and functions, individually.

Recovering the initial object of study, which sought to analyze the importance of communication for the functioning, image and reputation of a public organization and its weight within it, giving special emphasis to the variable of crisis communication in social networks, it was verified that in times of crisis this can prove essential and decisive for the organization's reputational image. It is not enough just to communicate; it is necessary to communicate well and use the right channel. A poorly structured and/or misdirected strategy on social networks puts into question relevant aspects for the organization such as its image and reputation, negatively contributing to its success.

Regarding the first objective of this work, which was to analyze the characteristics of a crisis communication plan in social networks and how it should be put into practice, it was concluded that the existence of a crisis plan for the correct management of social networks is essential and should be based on three main pillars: preparation/prevention; information and evaluation.

In crisis communication, prevention and preparedness, even if not visible to the public, are essential factors in overcoming an organizational crisis successfully. The preparation of adequate and proportional responses and the guarantee of their updating and adequacy to various hypothetical scenarios, enable the organization to take decisions and implement the protocols previously defined more quickly and effectively during the event.

Therefore, having a professional communication team with the ability to adjust to ensure the development and adaptation of communication strategies to the moments experienced requires preparation and anticipation. The defined plans and procedures must be adaptable and flexible so that threats can be overcome without jeopardizing the organization's performance and future. The study revealed that the organization under analysis had the necessary flexibility to adapt the content theme according to the demand of its audience. Mostly, the contents published on the two social networks analyzed were about the pandemic. Soon the DGS attributed a high degree of importance to the topic COVID 19, in these platforms. It established and directed its communication focus in order to contribute to a well-informed and more capable population in terms of public health. As its main objective, with the adopted communication strategy it sought, essentially, to focus on promoting individual and collective behavior in order to influence the population, using Facebook as a primary tool in its communication strategy during the crisis. The use of the Instagram page, as a means of transmission and dissemination of content, created only during the pandemic, demonstrated an openness to the use of new communication means made possible by the digital medium.

The study also revealed that the organization sought to convey a relevant message through the type of content shared. On Facebook, DGS focused its message on the dissemination of useful and up-to-date information, giving preference to this social network for sharing information of a formal nature, such as the dissemination of contacts and means to help the population to reduce contagion or sharing data related to the pandemic, such as the number of deaths and the recovered from the disease, through live press conferences via Facebook (inserted in this study in the type of publication "data update"). Live streaming allowed for a stronger connection with the audience and more relevance in the news feed. Although it was a type of content that would enable great interaction in real time, it only served the purpose of disseminating statistical data about the disease. Therefore, the type of content published did not contribute to enhance interactivity between the organization and its audience. While the audience had the possibility to interact with the content that was being shared, the organization did not return any interaction to the public. It limited itself to transmitting numbers, when it was expected a more humanized communication and a closer relationship with the audience. Usually, when communication is carried out through the Instagram platform, users look to see inspiring, interesting and appealing content. However, this social network was

mostly used for health promotion, that is, the shared publications had as their main objective to build an environment of trust to influence the behavior of citizens. The content shared to achieve these goals almost always assumed a character and tone that was too formal for the platform in question. It was expected that the organization, by using Instagram, as a strategic communication tool during the crisis, would assume a more inspiring and relational position, capable of generating more spontaneous and informal interactions. Although this social content page has achieved an engagement rate above 1%, compared to Facebook and considering that Instagram is a platform that usually generates higher engagement rates than Facebook, the obtained results demonstrate that Instagram posts had less involvement than those of the other social network under analysis.

Considering the characteristics of each platform and its different possibilities to achieve communication goals, it was found that, during the period analyzed, the organization was not able to adapt its messages to the target audience. According to Marques (2020b), the public on Facebook differs in its characteristics from Instagram users. However, the posts made on Facebook were exactly the same as those on Instagram. They were shared equally, without resorting to any change or adjustment to the medium where they are placed and inserted. Although Marques (2020b) defends that some content can be reused and published on other social networks, he also states that it is essential to align and plan appealing content, always bearing in mind that the message to be transmitted must be adapted to the type of publications, so that the audience has an experience suited to the platform. Therefore, the organization did not properly adapt its message, nor even its strategy to the different audiences of the different platforms, which resulted in a negative perception of the public on the Instagram platform. On Facebook, although this was not the case, there was also no positive record of users regarding published content. The definition of a planned and anticipated strategy through a hypothetical scenario of a crisis could, in this context, have helped the organization to reinforce its image, which did not happen.

Concerning information, it is important to point out that it is not only important to publish informative content; it is also essential that in a digital environment, data are often updated, and that the information flow remains organized. For example, in the carried-out study, DGS always kept active updating all the information, having an average of 4 publications per day on Facebook and 2 on Instagram. However, the contents published daily did not show coherence, nor any type of organization, whether by theme, subject or periodicity. The seemingly random publication of content may have resulted in more confusing communication to the public, resulting in a negative public perception on Instagram and neutral on Facebook.

In this way, the organization, by not establishing criteria for planning its contents, jeopardized the achievement of the objectives of its digital communication campaign. At first, the information can and should be structured based on the dissemination of content; however, over time, the concern with the information alone does not guarantee positive effects and adequate to the intended objectives, it is not enough. During the analyzed period, there was a massive publication of content on Facebook and Instagram pages, but it lacked structure, planning and organization of a deeper strategy, focused on the involvement of the public with the published



content. Therefore, a crisis communication strategy, in the analyzed context, should not be seen or thought solely as the transmission of information, but rather as part of a process of production and education of social behaviors, so that, gradually, in addition to the dissemination of information, there is good communication by the organization. In other words, for the crisis communication strategy, in the context of a pandemic crisis, to result, it must lead to social cohesion, through massive changes in the behavior and attitudes of citizens.

Currently, any action taken on this type of platform will have a great impact and strong repercussions on the organization's image. Any communication in this medium must be strategically well-planned, as when properly used it can considerably favor the organization's image, or at least not weaken it. This study showed that even the organization putting into practice primary crisis response strategies such as "denial" and secondary ones such as "reminder" and "gratitude", it failed to generate a positive opinion regarding the shared content and, therefore, contribute to improve the organization's image through its communication strategy on social networks.

Even though, on Facebook – where most of the DGS audience is located and where the organization achieved a higher rate of involvement–, the crisis response strategies used were not enough to repair the organization's image. On Instagram, the organization, by publishing the same content as Facebook and by not adapting its communication strategy to the public present on this type of platform, mostly generated a negative perception of the organization, which highlights the importance of creating crisis communication plans in a digital environment and its preparation and adequacy, as well as the need to invest in strategic communication based on repairing the organization's image, in a context in which the audience's opinion is obtained in real time and considered essential in the (re)construction and formulation of communication strategies.

Regarding the third and last essential factor of a crisis communication plan in a digital environment – the evaluation – it allows to follow, monitor, and intervene in what is said about the organization. Evaluating is monitoring, comparing performance, and adjusting online presence. Ensure content on the best days, taking into account the characteristics of the target audience and the objective to be achieved, use the metrics available on the different platforms, so that you can establish and guarantee methods of monitoring the organization's pages, through the new evaluation processes of digital communication campaigns such as links, fans, comments, emotions and the influence that is exerted on the habits and behavior of users, are processes that will allow us to understand the trends of each audience and measure the income and communication performance against certain objectives. The use of KPI's assessment on social media pages enables an organization to work and actively intervene in an organization's reputation. Thus, during a crisis, social networks become priority and essential tools to maintain or recover the image and reputation of an organization, as they allow real-time adjustment of their communication strategies in order to improve their services, campaigns and demonstration of the organizations' value.

With this study, we tried to fill an existing gap in the area of crisis communication in social networks, during a natural disaster. Through the example analyzed in this



project, it was possible to evaluate a communication model and the way in which a public organization acts in the face of one of the greatest disasters in the world. This crisis changed human, social and economic behavior. It put organizations to test, having to reinvent themselves and adapt to a new reality.

As the number of infected people increased, it was necessary to put in place new and successive communication strategies so that citizens adopt new behaviors to fight the virus. Often, the scenario experienced was the cause of great insecurity, fear and anxiety. Therefore, it was necessary to mitigate the psychological impact of the pandemic by promoting health care and well-being. This study demonstrated that the DGS, through its communicational model, essentially sought to instill a policy of learning new behaviors in order to mitigate the effects of the crisis. The concern with disclosing informative content, at times, annulled the strategies that sought to generate and achieve the intended involvement between the organization and its audience, so that the disclosed content was perceived and generated an effective change in behavior. Although there was also, on the part of the DGS, care in putting into practice strategies that would allow it to work and recover the organization's image and reputation throughout the period of crisis, these were not enough to generate a positive image of the organization.

In conclusion, the communication model adopted by the DGS in the period analyzed could have been better adjusted to the characteristics of the different audiences present on social networks and have integrated more strategies aimed at strengthening the image and organization, while still maintaining its main objective, which went through disseminate an informative message through clear, formal and timely communication. However, the type of strategy used contributed to clarifying and interpreting a set of complex data among citizens, although the merely informative message did not seem to be sufficient to involve the audiences.

Integrating crisis response strategies which aim the strengthening the organization's image, including the dissemination of organizational and social values, is essential to generate a positive perception in an organization's audience (McGuire, Cunningham, Reynolds & Matthews Smith, 2020).

## REFERENCES

- Beirão, I., Vasconcelos, P., Rasquilha, L., Matos, d. L., Fernandes, A., & Nunes, M. I. (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Corroios: Plátano Editora.
- Bueno, W. Comunicação e crise: e a lama escorrendo por debaixo do tapete. Obtido de <http://www.comunicacaoempresarial.com.br>: [http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/artigos/comunicacao\\_crise/artigo2.php](http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/artigos/comunicacao_crise/artigo2.php).
- Caetano, J., Vasconcelos, M., & Vasconcelos, P. (2006). *Gestão de crise*. Lisboa: Editorial Presença.
- Direção Geral de Saúde. Estado Epidemiológico COVID19 Portugal. Obtido de Covid Estamos On: <https://covid19estamoson.gov.pt/estado-epidemiologico-covid19-portugal/>.

- Engrácio, H. (2015). *Relações Públicas: Para uma atualização de Funções e Instrumentos* (Tese de Doutoramento). Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa.
- Fan Page Karma – n. 1 social media management suite (2021). <https://www.fanpagekarma.com/>.
- Fearn-Banks, F. (2010). *Crisis Communications: A casebook Approach* (4<sup>a</sup> ed.). Londres: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. Forni, J. (2019). *Gestão de Crises e Comunicação* 3 ed. São Paulo: Atlas. Fugate, W. (2011). *Understanding the Power of social media as a Communications Tool in the Aftermath of Disasters*. Em S. o. Senate Committee on Homeland Security and Governmental Affairs (Ed.). Washington. <https://www.hsgac.senate.gov/subcommittees/disaster-recovery-and-intergovernmental-affairs/hearings/understanding-the-power-of-social-media-as-a-communications-tool-in-the-aftermath-of-disasters>.
- George, F. (13 de Abril de 2013). Francisco George, diretor-geral da saúde: “A DGS tem um papel eminentemente técnico para promover a tomada de decisões”. (J. M. Farma, in *Jornal Médico*). <https://www.newsfarma.pt/artigos/358-francisco-george,-diretor-geral-dasa%C3%BAde-%E2%80%99Ca-dgs-tem-um-papel-eminentementet%C3%A9cnico-para-promover-a-tomada-decis%C3%B5es%E2%80%99D.html>.
- Institute for Crisis Management. (25 de Maio de 2020). *Crisis Consultant – Annual Crisis Report for 2019*. Obtido de <https://crisisconsultant.com/icm-annual-crisis-report/>.
- Ki, E., & Nekmat, E. (2014). *Situational crisis communication and interactivity: Usage and effectiveness of Facebook for crisis management by Fortune 500 companies*. *Computers in Human Behavior*, 35, pp. 140–147. Lampreia, J. (1996). *Técnicas de Comunicação*. Mem Martins: Publicações Europa-America.
- Lampreia, J. (2007). *Da gestão de crise ao marketing de crise*. Lisboa: Texto Editores.
- Lewis PR Inc. *How to create a crisis manual*. Obtido de *Lewis Magazine* (Revista Digital): <https://www.teamlewis.com/uk/magazine/how-to-create-a-crisis-manual/>.
- Lindsay, B. (s.d.). *Social media and disasters: Current uses, future options and policy considerations*. congressional research service reports, 13. Obtido de <http://fas.org/sgp/crs/homsec/R41987.pdf>.
- Marktest. (2020). *Os Portugueses e as Redes Sociais*. <https://www.marktest.com/wap/clip.aspx?id=f461>.
- Marques, V. (2020b). *Redes Sociais 360 Como comunicar online*. Lisboa: Actual.
- McGuire, D.; Cunningham, J.; Reynolds, K. & MatthewsSmith, G. (2020) *Beating the virus: an examination of the crisis communication approach taken by New Zealand Prime Minister Jacinda Ardern during the Covid-19 pandemic*, *Human Resource Development International*, 23:4, 361-379, DOI: 10.1080/13678868.2020.1779543.
- Mendes, A. M. (2006). *Crises de ameaças a oportunidades: gestão estratégica de comunicação de crises*. Lisboa: Edições Sílabo. Mitroff, I., Pauchant, T., &

- Shrivastava, P. (1988). Conceptual and empirical issues in the development of a general theory of crisis management. *Technological Forecasting and Social Change*, 33, pp. 83– 107. doi:10.1016/0040-1625(88)90075-3.
- Pérez, P., & Garcia, F. (2010). La Comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 8(2), pp. 42 – 56.
- Santos, D. As redes sociais e a gestão de crise. Obtido de Marketeer: <https://marketeer.sapo.pt/as-redes-sociais-e-a-gestao-de-crise> Sebastião, S. (2009). *Comunicação Estratégica – As Relações Públicas*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Sellnow, T. L. (2013). *Theorizing crisis communication* (Vol. 5). John Wiley & Sons.
- Snoussi, T. (2020). Social Media for Crisis Communication Management. *International Journal of Business and Management Research*, 8, pp. 64-72.
- World Economic Forum (2021). *The Global Risks Report*. <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2021>.



La crisis del Covid-19 y el sector de los eventos  
en España. Nuevos retos económicos y de  
comunicación

The Covid-19 crisis and the events sector in  
Spain. New economic and communication  
challenges

La crise du Covid-19 et le secteur de  
l'événementiel en Espagne. Nouveaux enjeux  
économiques et de communication

ALICIA RAMÍREZ GARCÍA

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*ali.ramirez.g@gmail.com*

FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*flavia.gomes@urjc.es*

## **Resumen**

Este estudio se desarrolla en el marco de la crisis sanitaria mundial provocada por el Covid-19 y sus efectos directos en la ciudadanía y en todos los sectores de la economía que han sufrido los cambios provocados por la pandemia. En el ámbito corporativo, se han observado cambios significativos en el ejercicio de las actividades habituales de las empresas, sobre todo en lo que respecta a la relación con los clientes, teniendo en cuenta la suspensión de diversas actividades de carácter presencial. Este trabajo pretende acercarse a la situación de las empresas, con énfasis en la organización de eventos, para conocer cómo hacen frente a una crisis sanitaria sin precedentes. Cabe destacar la importancia de los eventos como herramienta de comunicación para las empresas y como motor económico para un país, así como el papel fundamental de la digitalización y la innovación en este sector. En este sentido,

los eventos virtuales se consolidan como una alternativa idónea, aunque no parecen ser los sustitutos definitivos de los eventos presenciales, porque son estos últimos los que unen personas y fomentan la interrelación. La fusión de ambos formatos, o los llamados eventos híbridos, puede ofrecer a los asistentes una experiencia de valor.

**Palabras clave:** retos, Covid-19, eventos.

## INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo, los eventos se han convertido en una de las maneras más efectivas de informar y darse a conocer. Como herramienta de marketing y comunicación, los eventos se han ido afianzando hasta llegar a convertirse en un gran aliado en la planificación estratégica de la comunicación corporativa, ayudando a visibilizar una marca o empresa y acercando con éxito su identidad, imagen y valores a la sociedad.

El desarrollo de las tecnologías ha contribuido al rediseño de los eventos en general, creando entornos únicos para acoger a los asistentes y ofrecerles una experiencia digna de recordar. Los participantes tienen ocasión de vivir diversas experiencias en diferentes formatos, desde el contacto virtual con la empresa en la web o redes sociales hasta la interactividad con la marca mediante formatos innovadores como el *mapping* 3D, el catering exclusivo, la realidad aumentada, los aromas corporativos, entre otros (Lapeña Reguero y Gomes-Franco e Silva, 2019). En este sentido, la presencialidad es un factor clave en los eventos, ya que la sensación de confraternizar con la marca, *in situ*, refuerza los vínculos y genera proximidad, confianza y sentimiento de pertenencia.

Sin embargo, la pandemia provocada por el Covid-19 ha desestabilizado el sector de los eventos en todo el mundo. La crisis sanitaria llegaría a España, de manera oficial, a finales de enero de 2020, generando caos e incertidumbre entre la población y trayendo consigo una fuerte crisis económica en el ámbito empresarial y de la comunicación.

Como se ha mencionado, la mayoría de los eventos son actos físicos, de carácter presencial, realizados en lugares determinados a los que, generalmente, acude un elevado número de personas. Esto genera, por tanto, un desplazamiento para un posterior encuentro, pero las decisiones tomadas por el gobierno de España con el fin de controlar el avance del virus en el país culminaron en un estado de alarma que puso límites estrictos a los encuentros entre personas y la libertad de movimiento. Esta situación sin precedentes en el sector empresarial contemporáneo ha supuesto un paso atrás en la organización de eventos y un gran reto para la supervivencia de las organizaciones.

En este contexto, uno de los grandes obstáculos a superar fue, sin duda, la desinformación provocada por el desconocimiento de los efectos del nuevo coronavirus sobre las personas. En un escenario de desconfianza y miedo, en el que había que velar por la seguridad de la ciudadanía, las empresas y organizaciones se han visto forzadas a reinventar sus estrategias de comunicación para evitar una completa desconexión con su público objetivo. Es por esto que muchas de ellas aprovecharon y siguen sirviéndose de la situación actual para nutrirse de las nuevas tendencias en el mundo de los eventos, procurando ofrecer a los clientes nuevas experiencias con las marcas para tratar de impulsar el sector hacia la recuperación económica.

## LOS EVENTOS COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN

Los eventos han estado presentes a lo largo de la historia con diferentes fines y en distintos ámbitos, institucionales, corporativos, sociales, deportivos o culturales, entre otros, conformando una de las principales herramientas de comunicación en el marco de la planificación estratégica de la comunicación integrada (Segarra-Saavedra, Martínez-Sala y Monserrat-Gauchí, 2018).

Para Getz (2012), profesor emérito de la Universidad de Calgary (Alberta, Canadá), un evento puede ser, al mismo tiempo, un suceso en un lugar y un momento determinado, un conjunto especial de circunstancias y, asimismo, un hecho digno de mención.

Por su parte, Greg Richards, profesor de Estudios de Ocio en la Universidad de Tilburg (Holanda), considera que un evento es la expectativa en contraposición a la realidad, que busca acaparar la atención del público (Gestión de eventos, 2017). En este caso, el efecto sorpresa es lo que ofrece singularidad y excepcionalidad al evento.

En términos de categorías, no existe una única manera de clasificar los eventos, sino que se debe tener en cuenta que cada uno de ellos se realiza con unos propósitos específicos y requiere una planificación particular en cuanto a ubicación, programa y servicios que serán los que le otorguen singularidad. Para este estudio, se ha optado por seguir la clasificación de Getz (2012), que se fundamenta en la forma o función del acontecimiento y sus objetivos:

- Celebraciones culturales: festivales, carnavales, eventos religiosos o conmemoraciones de acontecimientos históricos.
- Política y estado: celebraciones reales, cumbres, eventos de carácter político, entre otros.
- Artes y entretenimiento: conciertos, galas, etc.
- Comercio y negocios: reuniones, convenciones, ferias o exposiciones.
- Educación y ciencia: congresos, conferencias, seminarios, jornadas, etc.
- Competición deportiva: de carácter amateur o profesional.
- Recreativos: actividades de ocio, deportes o juegos por diversión.
- Eventos privados: eventos sociales, bodas, comuniones, fiestas, etc.

Desde el punto de vista empresarial, los eventos se han consolidado como una de las acciones clave en el diseño de la comunicación corporativa, ejerciendo un papel fundamental en la consolidación de una buena reputación e imagen de marca. Esta herramienta, además, puede proporcionar un incremento significativo en la visibilidad de una empresa, marca o producto, lo que nos permite afirmar que el éxito de un evento se verá reflejado en la repercusión amplia y positiva que genere.

En este sentido, expertos como Mottard (2008), CEO del grupo Eventoplus, llaman la atención hacia la gran evolución que han vivido los tipos y formatos de eventos como táctica de comunicación de las empresas, ya que “se han convertido en una herramienta de marketing seria, estratégica en muchos casos, y que forma parte de cualquier plan de marketing serio”.



Independientemente del ámbito en el que se realiza el evento, se observa una amplia tipología de actividades que se suelen plantear, a priori, de manera presencial. Los eventos sociales o corporativos a menudo se organizan con base en el contacto, la comunicación y la interacción entre los asistentes, buscando que estos se involucren en una construcción activa de la experiencia vivida a la vez que se comparten las impresiones, sensaciones y vivencias a través de canales interactivos como las redes sociales, lo que ayuda sobremedida a expandir el alcance de un evento.

En este escenario, cualquier elemento que se interponga entre el evento en sí y los asistentes puede generar una crisis, como viene siendo el caso de la suspensión de determinadas actividades o la limitación de los aforos, medidas que seguían vigentes durante la realización de este estudio.

### LA APARICIÓN DEL COVID-19: CONTEXTUALIZACIÓN DE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR EL NUEVO CORONAVIRUS

El reporte inicial del virus SARS-CoV-2 en humanos, provocando la enfermedad conocida como Covid-19, se dio en la ciudad de Wuhan (China), donde se registró el primer caso de infección con fecha de 31 diciembre de 2019. Este dato, sin embargo, ha generado controversia y discordancia entre los epidemiólogos, puesto que parecía haber pruebas de un primer paciente infectado con anterioridad, en concreto el 17 de noviembre de ese mismo año (Molano, 2020; Infobae, 2020).

A pesar de los esfuerzos por contener la expansión del virus, su afectación ha sido a escala global, llegando a Europa a través de Italia, donde se registró el primer paciente en el mes de enero de 2020. En ese momento se toman las primeras medidas restrictivas por parte de un gobierno europeo, ya que en Italia se optó por cerrar el tráfico aéreo a los vuelos procedentes de China e interrumpir la movilidad de la ciudadanía salvo por motivos de trabajo, salud, práctica deportiva individual o compra en supermercados y farmacias. Es entonces cuando se lleva a cabo, por primera vez, el cierre de centros educativos, museos, teatros, así como la suspensión de los eventos con el fin de evitar concentraciones públicas. Se inicia una etapa de confinamiento, medida que diversos países aplicarán en sus territorios para controlar el avance de la enfermedad.

En España se conocía el primer caso de un paciente infectado con SARS-CoV-2 el 31 de enero de 2020. Se producía en la isla de La Gomera y su estado no revestía gravedad. Sin embargo, a partir de ese momento saltaron las alarmas y, nueve días después, se conocía otro caso en Palma de Mallorca (Cano, 2020).

Al tratarse de un virus desconocido, tanto la sintomatología como su detección han resultado complejos. Entre los síntomas destacados inicialmente se encontraban tos, fiebre y dificultad para respirar, pero, a medida que avanzaba la enfermedad, el conocimiento sobre ella se iba ampliando, considerando otros síntomas tales como la pérdida del gusto y el olfato, congestión nasal o dolor de cabeza, entre otros OMS (2020).

Rápidamente se han puesto en marcha numerosas investigaciones para proporcionar a los sanitarios herramientas eficaces de detección del virus, como el test rápido, la PCR o el test serológico (MAPFRE, 2020). Aun así, el aumento de casos ha sido notable en España, puesto que el virus proliferaba con rapidez en todo el

territorio nacional, sobre todo en comunidades como Madrid, donde el número de contagios subía de forma descontrolada día tras día, llevando a los hospitales al borde del colapso (Cano, 2020).

Por ello, el 14 de marzo de 2020, el gobierno español hizo público el Real Decreto 463/2020, imponiendo el estado de alarma para la gestión de la crisis sanitaria en el país. Entre las medidas de contención se encontraban el cierre de fronteras, el confinamiento en domicilios, evitando la libre circulación de la ciudadanía, además de medidas de repercusión directa sobre la demanda y la actividad económica doméstica (Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo de 2020).

Es en el mes de mayo de 2020 cuando empieza el proceso de desescalada en España, siguiendo el plan de transición hacia una nueva normalidad, elaborado por el gobierno a partir del dictamen de la OMS (Gobierno de España, 2020). La desescalada tuvo lugar en cuatro fases, con un tiempo establecido entre cada una de ellas de una duración mínima de dos semanas, correspondientes al período de incubación del virus. Una vez alcanzada la nueva normalidad, se levantarían las restricciones manteniendo la vigilancia epidemiológica, así como el refuerzo del sistema sanitario y la autoprotección de la población.

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El presente estudio tiene por objetivo conocer cómo afecta una crisis sanitaria al sector de los eventos en España. Además, se pretende observar cómo actúan las distintas empresas del sector, teniendo en cuenta la repercusión de la crisis del Covid-19 y sus efectos sobre los eventos previstos para el año 2020. Se plantean asimismo tres objetivos específicos:

- a. Observar si las empresas del sector de los eventos están preparadas para adaptarse a un escenario de digitalización a marchas forzadas, impuesto como alternativa a la suspensión de los actos presenciales.
- b. Incidir en el papel de la tecnología y su poder de transformar y reinventar este sector.
- c. Identificar las nuevas tendencias y estrategias de comunicación corporativa adoptadas por las empresas a raíz de la aparición de la pandemia.

La metodología para el logro de los objetivos propuestos se desarrolla desde distintas perspectivas que recogen métodos complementarios. En primer lugar, se realiza un proceso de búsqueda de información y selección de fuentes relacionadas con el objeto de estudio, como la Organización Mundial de la Salud, la Presidencia del Gobierno o el Banco de España. Del mismo modo, se hizo un seguimiento, monitoreo y filtrado de las principales noticias publicadas en medios de comunicación a través de la base de datos LexisNexis, empleando descriptores de alerta relacionados con términos frecuentes, como coronavirus, Covid-19, pandemia, entre otros.

Paralelamente, se lleva a cabo un análisis de la situación de los eventos desde que se declara la pandemia a nivel mundial hasta finales del mes de agosto de 2020, procurando trazar una visión panorámica de los primeros meses del Covid-19 en España. Se investiga cómo el virus llega y se desarrolla en nuestro país, qué efecto tiene sobre las empresas y qué medidas se llevan a cabo a priori.

A lo largo de este trabajo, se hace hincapié en los tipos de eventos que se han visto afectados y la manifestación de la crisis en las empresas, que se veían obligadas a trazar nuevas estrategias y acciones adaptadas a todo tipo de limitaciones que les impedían hacer uso del evento presencial como herramienta de comunicación y acceso a los públicos objetivos. En este sentido, se recoge un plan de acción, con base en el uso de la tecnología y los soportes digitales, para proporcionar una vía de continuidad a los eventos en modalidad virtual.

Cabe señalar los obstáculos surgidos, en su mayoría, durante la fase de recopilación y selección de información, ya que en ocasiones esta labor ha resultado compleja y difícil de abordar al tratarse de un tema de tal magnitud y constante actualización, con un aporte de información a menudo contradictorio por parte de las fuentes de autoridad.

## ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

A continuación, se presentan los aspectos más destacables del análisis de la situación como herramienta de diagnóstico de una realidad sin precedentes, observando los efectos de la crisis del Covid-19 sobre las empresas. En este contexto, la crisis sanitaria plantea nuevos escenarios caracterizados por medidas estrictas que obligan al sector de los eventos a adecuarse a protocolos novedosos y cambiantes.

### EL ESCENARIO EMPRESARIAL EN EL INICIO DE LA CRISIS SANITARIA

La expansión mundial del Covid-19 y las medidas tomadas para reducir el daño en la población han llevado a una importante paralización de la actividad económica a nivel mundial y, consecuentemente, a una caída del PIB. Ante esta situación, las autoridades económicas españolas han reaccionado llevando a cabo medidas en distintos ámbitos con el objetivo de paliar los graves efectos socioeconómicos provocados por la crisis sanitaria (Banco de España, 2020).

Así las cosas, las previsiones no eran nada alentadoras para el sector empresarial. Gita Gopinath, economista jefe del FMI, explicaba que la recesión económica heredera de esta crisis sanitaria sería peor que la Gran Depresión, ocurrida en la década de 1930 (Fernández, 2020).

En pleno avance del virus, Laurence Boone, economista jefe de la OCDE, puntualizaba que, en materia de política sanitaria, fiscal y monetaria, la clave residía en la respuesta proporcionada por los distintos gobiernos frente a la crisis, mediante acciones coordinadas entre los países a medida que la enfermedad se extendía (Ayuso, 2020). En aquel momento, el experto apostaba por una acción conjunta y ordenada frente a la pandemia, lo que, según él, llevaría a una recuperación de las pérdidas económicas en un plazo máximo de dos años incluso en el peor de los escenarios previstos.

Unos meses más tarde, a finales de junio de 2020, El Periódico publicaba el siguiente titular: "El FMI sitúa a España como la economía más damnificada por el coronavirus" (Mir de Francia, 2020). En este artículo se indicaba que el PIB español se contraería un 12,8% en 2020 para crecer un 6,2% al año siguiente.

Observando la evolución de la crisis hasta agosto de 2020, período en el que se concluye esta investigación, tan solo Italia igualaría a España como los países peor

parados tras el Covid-19. A este respecto, el FMI señalaba que esta era una crisis sin precedentes y con una recuperación incierta. Asimismo, el organismo atribuía la problemática española a la dependencia económica del turismo, que representa casi el 15% del PIB.

Ni que decir tiene que el cese de la mayor parte de las actividades económicas, así como las duras restricciones de movilidad afectaron de forma directa al sector de los eventos, el cual vio cómo se iban cancelando, de forma paulatina, la mayoría de las celebraciones y actividades de ocio previstas para el año 2020.

## LOS EFECTOS DE LA CRISIS DEL COVID-19 EN EL SECTOR DE LOS EVENTOS

Titulares como el que publicaban el periódico ABC, el 27 de abril de 2020, –“La cultura y el ocio madrileño se desangran por el Covid-19, que pone en riesgo la mitad de sus empleos” (Delgado, 2020)–, o la cadena SER, el 10 de marzo de 2020, “Los eventos culturales afectados por las nuevas medidas contra el coronavirus” (García Miranda, 2020), daban cuenta de los efectos de la crisis tras la cancelación de obras de teatro, conciertos, partidos de fútbol y otros eventos multitudinarios.

La práctica totalidad de los sectores de la economía han sufrido los efectos de la crisis, pero son, sin duda, el sector servicios y el sector industrial los que se han visto mayormente afectados según el estudio realizado por la Universidad de Granada y la Universidad Complutense de Madrid (EFE, 2020). La crisis ha provocado la cancelación, anulación o aplazamiento de los eventos en directo, lo que ha producido una pérdida tanto económica como de empleo.

La anulación del Mobile World Congress, que hubiera tenido lugar en la ciudad de Barcelona, en febrero de 2020, hizo saltar las alarmas respecto a la trascendencia de la crisis sanitaria. Este fue, de hecho, el primer evento internacional afectado por las consecuencias directas del Covid-19. En aquel momento la medida pudo parecer algo desproporcionada, pero enseguida el mundo se daría cuenta de que ese era el inicio de una oleada de cancelaciones que generarían un estado generalizado de incertidumbre (Valencia, 2020).

Grandes eventos internacionales, como el Carnaval de Venecia, el Salón del Automóvil de Ginebra, la Feria Internacional del Turismo de Berlín, Tomorrowland Winter y demás festivales de música, la feria de videojuegos Electronic Entertainment Expo, las conferencias organizadas por Facebook, Apple y Google, así como los eventos sociales, en menor escala, tales como bodas, cumpleaños o comuniones, empezaron a cancelarse de forma sistemática. Las reuniones de personas y los aforos en los establecimientos estaban muy limitados y controlados para evitar que el contagio del virus se expandiera.

La ciudad de Madrid, sede de miles de eventos cada año, se encontraba también sumida en esta gran crisis sanitaria, viéndose afectada por haber sido uno de los principales focos de contagio en España. Grandes eventos, como el Orgullo Gay, ferias taurinas y populares como las de San Isidro o La Paloma y festivales como MadCool fueron cancelados. Teniendo en cuenta la aportación de ingresos que generan estos acontecimientos, la pérdida económica para el país ha sido significativa

(Gómez, 2019). En la tabla 1 se recoge el aporte económico de varios eventos que tuvieron lugar en el año 2019, antes de la pandemia, a modo de referencia.

Tabla 1. Repercusión económica de los eventos realizados en Madrid en 2019.

Evento	Mes	Aporte económico
Fiestas de San Isidro	Mayo	73 millones de euros
Feria del Libro	Mayo/junio	10 millones de euros
Fiestas del Orgullo LGTBQIA+	Julio	400 millones de euros
MadCool	Julio	64 millones de euros

Nota. Elaboración propia a partir de Carrasco (2019), Sánchez de la Cruz (2019) y Feria del Libro (2019).

El deporte ha sido otro de los grandes perjudicados por el nuevo coronavirus, que ha ocasionado la suspensión de torneos, aplazamiento de jornadas y elaboración de nuevos calendarios deportivos. Como alternativa, se celebraban los partidos a puerta cerrada, como el caso del Valencia-Atalanta, el 10 de marzo, o del Getafe-Inter, el 19 de marzo de 2020. Los aplazamientos eran frecuentes, como el realizado por la Federación Internacional de Tenis de Mesa, además de las cancelaciones, como la que se produjo en el Gran Premio de Catar de Moto GP (EITB, 2021).

Todas estas medidas fueron aplicadas por clubes y responsables directos de las actividades deportivas, aunque no sería hasta el día 23 de marzo de 2020 cuando se anunciaría, por parte del gobierno, la suspensión de la Liga y todas las competiciones no profesionales hasta nuevo aviso. Al mismo tiempo el COI estudiaba un aplazamiento de los Juegos Olímpicos de Tokio, decisión que se llevó a término el día 24 de marzo.

## MEDIDAS DESTACADAS Y NUEVOS ESCENARIOS ANTE LA CRISIS SANITARIA

Como hemos mencionado, durante los primeros meses de gestión de crisis se llevaron a cabo medidas extraordinarias, entre ellas el confinamiento de la población y la propuesta de estrategia a seguir hasta alcanzar la nueva normalidad. Para ello, se diseñó un plan de desescalada dividido en diferentes fases en las que se plasman directrices para la ciudadanía. A continuación, se presentan brevemente, y de manera resumida, las medidas más destacadas durante la desescalada:

- Fase I: reuniones sociales de hasta 10 personas en domicilios, terrazas o al aire libre; apertura de terrazas con limitación de ocupación al 50%; actos y espectáculos culturales con un aforo máximo de 30 personas en locales cerrados, entre otras.
- Fase II: reuniones sociales de hasta 15 personas; apertura de interiores de locales al 50% de aforo; actos y espectáculos culturales con un aforo máximo de 50 personas en locales cerrados, etc.
- Fase III: reuniones sociales de hasta 20 personas; se permite el consumo en barra; aumento de aforo en cines, teatros y salas de exposición al 50% y en espectáculos en locales cerrados, un aforo máximo de 80 personas.

En el mes de marzo de 2020 la OMS publicó una serie de recomendaciones destinadas a los organizadores de eventos, entre las cuales cabría destacar sobre todo las siguientes (Rey, 2020):

- En caso de realizar un evento masivo, evaluar los riesgos que este pudiera conllevar, tomando en consideración la ubicación, el tamaño del *venue*, si se realizase en interior o exterior, el número de asistentes y si estos hubieran realizado algún viaje en los últimos días.
- Evaluar el tipo de interacción entre los asistentes durante el evento y la estructura y capacidad sanitaria de la localidad o país en caso de que hubiera que gestionar un nuevo brote de contagios.

Para facilitar la evaluación del riesgo que supondría realizar un evento, la OMS elaboró una herramienta *ad hoc* para la asignación de una puntuación numérica que, según las características del acontecimiento, determinaría su nivel de riesgo en las siguientes categorías: muy bajo, bajo, moderado, alto o muy alto. Aparte, la organización recomendaba las reuniones al aire libre, con medidas de autoprotección (mascarilla, gel hidroalcohólico), ajustando la capacidad del local escogido para garantizar la distancia de seguridad.

En España, Eventoplus anunciaba la elaboración de un manual de protocolo para la llegada a la nueva normalidad, el cual se iría adaptando y modificando según la normativa vigente en cada momento (Alberdi, 2020). Dicho documento recogía la importancia de tomarse habitualmente la temperatura y no abandonar el domicilio en caso de fiebre u otros síntomas asociados al Covid-19, así como el control de los trabajadores en los locales, realizando tests rápidos y evitando el hacinamiento a través del acceso escalonado. El personal de sala debería llevar siempre mascarilla y guantes, respetar la distancia de seguridad, desinfectar los utensilios manipulados, entre otras medidas.

## PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN: LA TECNOLOGÍA A FAVOR DE LOS EVENTOS

La tecnología ejerce un papel fundamental en los eventos, reduciendo el coste de organización y ampliando el alcance en términos de asistencia virtual. Las redes sociales, por su parte, facilitan una comunicación bidireccional y más cercana con los asistentes, aparte de ofrecer herramientas de *streaming* para el seguimiento en directo y repositorios temporales o permanentes para el acceso en diferido. Los eventos, sobre todo en tiempos de pandemia, encuentran en las TIC una importante aliada a la hora de adaptarse a una situación de crisis mundial.

Eventoplus (2020a) explica que los eventos virtuales son acontecimientos que se celebran en línea y que pueden reunir a un gran número de personas en un entorno digital. A la hora de plantear y organizar un evento con estas características, aparte de disponer de la tecnología necesaria para llevarlo a cabo, es necesario:

- a. Realizar un diseño y una planificación del evento teniendo en cuenta las características del entorno virtual.
- b. Conocer el perfil del público objetivo para ofrecer contenido accesible y acorde con su nivel de conocimiento y manejo de las tecnologías.

- c. Crear un sitio web en el que albergar el evento, respetando las características de usabilidad para ofrecer una buena experiencia de usuario en diferentes dispositivos (*smartphones*, *tablets* y ordenadores).
- d. Habilitar una herramienta de registro online para el acceso por parte de los asistentes y organizadores.
- e. Estar en contacto con los asistentes mediante correo electrónico para ofrecerles toda la información actualizada acerca del evento.
- f. Crear una *app* específica para el evento en la que se recoja información relevante, actualizada y de acceso inmediato. Las aplicaciones ayudan a fomentar las conexiones virtuales mediante retransmisiones en directo, chats grupales, encuestas o gamificación.
- g. Crear espacios de interacción para los participantes, fomentando las relaciones sociales y el *networking*.
- h. Diseñar una escenografía virtual atractiva y que transmita valores asociados a la entidad organizadora del evento, colaboradores y patrocinadores.
- i. Hacer uso de tecnologías que proporcionen una experiencia inmersiva, como la realidad virtual o realidad aumentada.
- j. Incorporar avatares o representaciones gráficas de los asistentes para transmitir cercanía a la vez que ellos se sienten partícipes del evento.
- k. Apostar por el *storytelling*, transmitiendo al público una narrativa que llame la atención, enganche y apele a las emociones.
- l. Fomentar la participación de los asistentes incentivando el *engagement*.
- m. Realizar una difusión amplia en los medios sociales antes, durante y después del evento, manteniendo la interacción con todos los participantes.
- n. Ofrecer contenido en diferido mediante la grabación del acto para tenerlo a disposición de los interesados cuando este finalice.

El desarrollo de eventos híbridos es otra de las tendencias que hemos observado a lo largo del análisis, ya que cuentan con las ventajas que ofrecen ambos tipos de eventos, tanto presenciales como online, favoreciendo la participación de los ponentes y asistentes desde cualquier parte del país o del mundo (Eventoplus, 2020b). El *networking* es igualmente viable en este formato, puesto que las plataformas empleadas están diseñadas según la lógica de la comunicación horizontal.

## CONCLUSIONES

Una vez concluida la investigación acerca de los efectos de la crisis del Covid-19 sobre las empresas y, especialmente, sobre el sector de los eventos en España, quisiéramos destacar dos ideas principales que se desprenden del estudio realizado. La primera de ellas es la importancia que tienen los eventos hoy en día, tanto para la economía de un país como para la sociedad en general, tal y como ha corroborado la OMS. Los eventos son la mejor forma de comunicar con la audiencia, según afirma Torrents (2015), ya que proporciona una vía de acceso directo a los públicos



objetivos, permitiendo conocer sus preferencias y ofrecerles experiencias personalizadas y acordes con sus intereses.

En segundo lugar, nos gustaría destacar la importancia de la digitalización y la continua innovación en el sector, que se ha materializado aún más durante la crisis del Covid-19. La creación de los eventos virtuales está transformando el sector, favoreciendo una adaptación rápida a las nuevas circunstancias y proponiendo formatos diferentes que están siendo bien aceptados por parte de los asistentes.

La crisis mundial que ha provocado el nuevo coronavirus ha hecho que muchos sectores de la economía tengan que reinventarse, buscando alternativas para seguir adelante con sus actividades. Muchas han sido las empresas que han apostado por lo digital, instaurando el teletrabajo para mantenerse activas incluso durante el período de confinamiento más estricto.

En cuanto al sector de los eventos, según se ha detectado durante la investigación, la modalidad virtual parece ser el formato que predominará, al menos durante un tiempo. No obstante, la tendencia apunta a que los eventos presenciales no serán sustituidos por los virtuales ni desaparecerán, sino que se podrá apostar por modelos híbridos, adoptando lo mejor de cada formato para ofrecer una experiencia mejorada a los asistentes.

Este trabajo ha sido realizado en un período de tiempo determinado, contemplando los meses iniciales de la pandemia, por lo que no existen conclusiones definitivas. Es sabido que la crisis provocada por el Covid-19 continúa y, diariamente, van surgiendo nuevas informaciones relativas a esta. Siguen apareciendo nuevos protocolos de actuación que, en ocasiones, desdicen o modifican los anteriores, motivados por el conocimiento que se va adquiriendo sobre el virus, el incremento del número de personas vacunadas y la vuelta a una normalidad cada vez más cercana a la que conocíamos antes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberdi, G. (2020, 4 de mayo). ¿Cómo será el futuro (post Covid) para el personal de eventos? Eventoplus. <https://bit.ly/35UOCiH>.
- Ayuso, S. (2020, 2 de marzo). La OCDE prevé que la economía mundial crecerá la mitad si la crisis del coronavirus se alarga y agrava. El País. <https://bit.ly/2Hji0QC>.
- Banco de España (2020). Escenarios Macroeconómicos de referencia para la Economía Española tras el Covid-19. ARTÍCULOS ANALÍTICOS. Boletín Económico, 2. <https://bit.ly/39lR1TW>.
- Cano, L. (2020, 31 de marzo). Así se ha expandido el coronavirus en España en marzo. ABC. <https://bit.ly/3kCIm4k>.
- Carrasco, L. (2019, 12 de julio). De los 64 millones de impacto económico a las 40 horas de música: el MadCool en cifras. Vozpópuli. <https://bit.ly/3iRbEue>.
- Delgado, A. (2020, 27 de abril). La cultura y el ocio madrileño se desangran por el Covid-19, que pone en riesgo la mitad de sus empleos. ABC. <https://bit.ly/3mFaaFT>.

- EFE (2020, 24 de abril). Servicios e industria, los sectores más afectados por la crisis, según un estudio. EFE Granada. <https://bit.ly/3hQbmm3>.
- EITB (2021, 21 de septiembre). Las consecuencias del coronavirus en el deporte. EITB.EUS. <https://bit.ly/33NrS17>.
- Eventoplus (2020a, 12 de junio). El boom de los eventos desde un plató: el formato que viene. <https://bit.ly/3hNQeNl>.
- Eventoplus (2020b, 9 de junio). EVENTOS HÍBRIDOS en el plató eLive Events: La nueva realidad del sector. <https://bit.ly/33KxwKf>.
- Feria del Libro (2019, 16 de junio). La feria del libro de Madrid cierra con cifras de récord. <https://bit.ly/2FQqNh7>.
- Fernández, A. (2020, 14 de abril). El FMI alerta que el covid-19 llevará al mundo a una recesión como la de 1930. *Heraldo*. <https://bit.ly/2FSGgNA>.
- García Miranda, M. (2020, 10 de marzo). Los eventos culturales afectados por las nuevas medidas contra el coronavirus. *SER*. <https://bit.ly/3kvP8ra>.
- Gestión de eventos (2017, 22 de febrero). ¿Cuál es tu definición personal de «evento»? #UOCeventos – Universitat Oberta de Catalunya. <https://bit.ly/2EAPnSM>.
- Getz, D. (2012). Event studies: Discourses and future directions. *Event management*, 16(2), 171-187.
- Gobierno de España (2020, 28 de abril). Plan de desescalada. Presidencia del Gobierno. <https://bit.ly/35Wwg0K>.
- Gómez, D. (2019, 7 de mayo). Los grandes eventos le dejan a Madrid más de 940 millones de euros. *Alnavío*. <https://bit.ly/3znjVh2>.
- Infobae (2020, 13 de marzo). Una investigación dio con la fecha exacta del primer caso de coronavirus en el mundo. <https://bit.ly/364lANx>.
- Lapeña Reguero, M. y Gomes-Franco e Silva, F. (2019). Manual de los cinco sentidos: guía para crear eventos sensoriales. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 23(1), 1-19. <https://doi.org/10.17979/redma.2019.23.1.5453>.
- MAPFRE (2020, 29 de mayo). Diferencias: PCR, test rápido y test serológicos de anticuerpos del COVID-19. *canalSALUD*. <https://bit.ly/33PEaWM>.
- Mir de Francia, R. (2020, 24 de junio). El FMI sitúa a España como la economía más damnificada por el coronavirus. *El Periódico*. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20200624/fmi-situa-espana-como-economia-mas-damnificada-coronavirus-8012840>.
- Molano, D. (2020, 10 de abril). El día que se registró el primer caso de coronavirus en el mundo. *As*. <https://bit.ly/3j1vDGQ>.
- Mottard, E. (2008, 14 de enero). Los eventos y las tendencias de marketing. *Marketing Directo*. <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/los-eventos-y-las-tendencias-de-marketing-eric-mottard>.
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020). Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19). <https://bit.ly/2G4idLy>.

Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el Estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19. Boletín Oficial del Estado, núm. 67, de 14 de marzo de 2020, pp. 25390-25400. <https://bit.ly/2FPnN4V>.

Rey, P. (2020, 21 de agosto). Nuevas normas para los eventos multitudinarios en España. Eventoplus. <https://bit.ly/32ZGs6P>.

Sánchez de la Cruz, D. (2019, 28 de mayo). Un mes de toros en Madrid: San Isidro mueve 600.000 espectadores y 73 millones de euros. Libre Mercado. <https://bit.ly/33ZtbKq>.

Segarra-Saavedra, J., Martínez-Sala, A. M. y Monserrat-Gauchí, J. (2018). Planificación estratégica de la comunicación integrada. Razón y Palabra, 22(3\_102), 152-178.

Torrents, R. (2015). El arte de comunicar eventos. Protocoloimp.com. <https://bit.ly/2G0qwx2>.

Valencia, R. (2020, 7 de abril). Diario de una Event Planner: los eventos durante y tras el COVID-19. Lanzadera. <https://bit.ly/3mP6qlf>.



Análisis de la comunicación digital en redes  
sociales del Museo Nacional Centro de Arte  
Reina Sofía y del Centro de Arte Dos de Mayo  
durante la pandemia del COVID-19

Analysis of digital communication in social  
networks of the Reina Sofía National Art Center  
Museum and the Dos de Mayo Art Center  
during the COVID-19 pandemic

Analyse de la communication numérique dans  
les réseaux sociaux du Musée du Centre national  
d'art Reina Sofía et du Centre d'art Dos de Mayo  
pendant la pandémie de COVID-19

SARA JÁÑEZ DOLZ

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*s.janez.2019@alumnos.urjc.es*

RAINER RUBIRA GARCÍA

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*rainer.rubira@urjc.es*

CARLOS LOZANO ASCENCIO

*Universidad Rey Juan Carlos, España*  
*carlos.lozano@urjc.es*

## Resumen

La museología apuesta por los museos participativos que contemplan las necesidades de su sociedad y que se valen de las redes sociales para conseguirlo. Este trabajo estudiará si el Museo Reina Sofía y el Centro de Arte Dos de Mayo cumplieron con ello durante el estado de alarma del 2020. Mediante la técnica de la semana compuesta se han seleccionado posts de sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter para extraer las conclusiones cuantitativas y cualitativas necesarias.

**Palabras clave:** museos, redes sociales, participación, pandemia, Covid-19.

## INTRODUCCIÓN

Durante la última década, y tras la aparición de la Web 2.0 y de las redes sociales, la museología ha puesto en boga el concepto de museo participativo, una denominación que hace referencia a aquellas instituciones museísticas que se adaptan a las nuevas formas de acceder, consumir y divulgar el contenido cultural para conectar con un público que ya no solo se conforma con recibir información por parte de la institución, sino que también quiere sentirse parte de ella, interactuar en su planificación y participar en sus actividades (Celaya, 2012: 106). Hoy en día, los visitantes son tan importantes como las obras expuestas o como las actividades organizadas y, por tanto, los museos deben contemplar los intereses y las necesidades de la sociedad que les rodea, ya que solo así conseguirán ser significativos para la ciudadanía (García, 2014: 43).

De esta forma, las líneas de investigación mayoritarias apuestan por la idealidad de aquellos museos que van más allá del ofrecimiento de una experiencia contemplativa. Se les pide que se impliquen en la preservación de los bienes culturales, que fomenten el conocimiento de todos los públicos y que aprovechen las formas de comunicación digitales para relacionarse de manera inclusiva con ellos, para hacer del centro un ente más accesible y para convertirse en actores activos de la vida social y cultural. Como apunta el Consejo Internacional de Museos (2020a: 3), estas instituciones tienen que estar “al servicio de la sociedad y su desarrollo” y deben evolucionar para adaptarse a los requerimientos del marco en el que han de realizar su labor.

El presente trabajo analiza si el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Madrid) y el Centro de Arte Dos de Mayo (Móstoles), ambos dedicados al arte contemporáneo, cumplen con la concepción de un museo participativo en medio de la situación excepcional provocada por el COVID-19. Para ello, se describirán y compararán las estrategias comunicativas y museológicas que usaron en sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter entre el 14 de marzo de 2020 y el 22 de junio del mismo año, es decir, durante el periodo en el que estuvo vigente en España el estado de alarma decretado por el Gobierno ante la emergencia sanitaria provocada por la extensión del COVID-19. Con ello se pretenden extraer una serie de conclusiones que permitan conocer si estos dos museos actuaron en concordancia a su contexto, si favorecieron la accesibilidad y participación de todos los públicos y si establecieron una comunicación bidireccional con ellos.

La investigación se ha decidido fundamentar en este espacio temporal porque en él se ha dado una situación única y excepcional. La mayoría del país vio parada

toda su actividad y un gran número de centros culturales y de museos se sintieron avocados a la incertidumbre. El sector económico estuvo en vilo y, por ello, fueron muchas las empresas las que incrementaron el empleo de sus redes sociales para que sus productos y servicios no cayesen en el olvido. De hecho, la asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing digital IAB Spain (2020: 32) aseguró a través de su *Observatorio de Marcas en Redes Sociales* que entre marzo y mayo de 2020 las publicaciones de las empresas aumentaron un 4% respecto al año anterior. De este modo, se ha decidido analizar los contenidos que el Centro Nacional de Arte Reina Sofía y el Centro de Arte Dos de Mayo realizaron en los perfiles de las redes sociales en los que más seguidores tenían durante el periodo estudiado, es decir, en sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter.

Asimismo, la elección de escoger a dichos centros de arte se debe a dos razones. En primer lugar, porque, tal y como indica la última *Encuesta de Museos y Colecciones Museográficas*, publicada por el Ministerio de Cultura (2018: 5), los museos más visitados por los españoles son los de arte contemporáneo. En segundo lugar, porque, según las estadísticas publicadas en el periódico *El País* el 3 de enero de 2020, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía fue el centro museístico español más visitado en el 2019. Mientras tanto, el Centro de Arte Dos de Mayo, que alberga parte de la colección de ARCO y de Arte Contemporáneo de la Comunidad de Madrid, está determinado por su ubicación: alejado de los focos turísticos y del conocido como Triángulo del Arte, existen escasas investigaciones que aborden su actividad (Tirado, 2019: 1). Por ello, se considera de gran interés el estudio de las estrategias comunicativas y museológicas que ambas instituciones aplicaron en sus redes sociales para poder describirlas y compararlas.

## EL MUSEO PARTICIPATIVO, LA REVOLUCIÓN MUSEÍSTICA DE NUESTRO TIEMPO

En 2006, Nina Simon impactó al ámbito de la museología al crear un blog que, llamado *museumtwo*, empleaba para proponer métodos que favoreciesen la adaptación de los museos a los nuevos entornos comunicativos, sociales y culturales provocados por la aparición de la Web 2.0. Para ella, estos centros debían de asumir la concepción del “Museo 2.0”, un concepto que comenzó a utilizar para definir a aquellas instituciones que pretendían expandir la experiencia de sus visitantes más allá del espacio físico y que usaban las nuevas formas de comunicación digitales para transformarse en lugares de creación, de debate y de negociación entre los comisarios, los artistas y el público (Simon, 2006).

Asimismo, la relevancia de esta idea recae en que fue la antecesora de la del museo participativo. En 2010, la misma autora publicó la obra *The Participatory Museum*, la cual ha marcado un antes y un después en este ámbito de estudio, convirtiéndose en todo un referente mundial y en una de las investigaciones que se encuentran en la cabecera de la museología actual. El título es una guía práctica que propone distintas estrategias para que las instituciones culturales puedan transformarse en lo que ella definió, de forma pionera, bajo dicha terminología. La utopía museística consistía en convertirse en unos centros que, además de conservar y de exponer bienes culturales, se centrasen en fomentar la interacción con sus públicos físicos y online. Para conseguirlo, y entre otras cosas, esta autora destaca la necesidad de aprovechar las



peculiaridades de las redes sociales con el fin de diseñar oportunidades que permitan a los ciudadanos compartir su propio contenido de manera significativa y atractiva (Simon, 2010).

Tras su estudio, otros profesionales continuaron su estela y siguieron indagando en propuestas teóricas que permitiesen a los museos transformarse en espacios más participativos. De esta forma, fue de gran influencia el informe que los académicos Sam Thompson y Jody Aked publicaron bajo el título de *The happy museum* en 2011. Partiendo de las premisas psicológicas que sostienen que la interacción social es fundamental para la satisfacción individual, defendieron que los museos pueden ejercer un papel esencial en el fomento de estas conexiones interpersonales y, por tanto, en el del bienestar personal. Por ello, estos investigadores entienden que las instituciones museísticas son empresas sociales, cuya fuerza debe residir, no solo en sus colecciones, sino también en la construcción de relaciones horizontales entre el personal y los visitantes y entre los visitantes mismos. Estos autores crearon el concepto de museo feliz para referirse a todos los centros que participan de forma activa en su sociedad, que se relacionan con el público de manera inclusiva y que tratan a los visitantes como consumidores activos (Thompson y Aked, 2011).

En la misma línea, destaca el concepto de museo social, el cual aparece en algunas investigaciones de relevancia, como en la que realizó la historiadora María Soleidad Gómez en 2012 con el título *Museos españoles y redes sociales*. La autora empleó dicho término para referirse a aquellos museos que están abiertos al diálogo con sus públicos, que distribuyen el contenido a través de varios canales bidireccionales y que aceptan la participación de los ciudadanos en la construcción del conocimiento (Gómez, 2012).

## **EL CENTRO NACIONAL DE ARTE REINA SOFÍA (MADRID) Y EL CENTRO DE ARTE DOS DE MAYO (MÓSTOLES) EN SITUACIÓN DE PANDEMIA**

El 14 de marzo de 2020, el presidente del gobierno de España, Pedro Sánchez, declaraba, mediante el Real Decreto 463/2020, el segundo estado de alarma en el país desde la restauración de la democracia. El primero se promulgó ante la crisis de los controladores aéreos en 2010. El siguiente, ante la emergencia sanitaria generada por la pandemia del SARS-CoV-2, una enfermedad más conocida como coronavirus o COVID-19. La especial medida tomada por el presidente Sánchez supuso la instauración del confinamiento domiciliario y, por ende, la limitación de la libertad de circulación de los más de 47 millones de personas residentes en España, que solo podían salir de sus hogares por motivos excepcionales recogidos en el real decreto. En principio, y como anunció el Gobierno, esta medida solo iba a estar vigente 15 días, sin embargo, se prorrogó, con la aprobación del Congreso, hasta el 22 de junio de 2020 a causa de la gran incidencia que el virus tuvo en el país. Según los datos que Moncloa exponía en su web el 21 de junio de 2020, durante el período citado –es decir, entre el 14 de marzo y el 22 de junio de 2020– cerca 246.000 personas contrajeron la enfermedad y más de 28.000 fallecieron por ella (Presidencia del Gobierno de España, 2020).

Asimismo, las restricciones de movimiento, no solo tomadas en España, sino también en el resto del mundo, supusieron que gran parte de las empresas viesen

afectada su actividad. Aquellas que, como los museos, atraían a multitudes tuvieron que cerrar sus puertas. Las consecuencias: según un estudio del Consejo Internacional de Museos (2020b) publicado también el 26 de mayo de 2020 en *El País*, un 32% de los centros museísticos del mundo estaba bajo la amenaza de una clausura definitiva en el mes de mayo de este año. Por suerte, el Centro Nacional de Arte Reina Sofía (Madrid) y el Centro de Arte Dos de Mayo (Móstoles) no tuvieron que hacerlo. Durante estos meses cerraron sus puertas, pero se mantuvieron activos a través de sus webs y redes sociales.

De tal forma lo confirmó la Comunidad de Madrid en una nota de prensa que, emitida el 20 de marzo de 2020, decía lo siguiente sobre el museo mostoleño: “El Centro de Arte Dos de Mayo (CA2M) de la Comunidad de Madrid continuará con parte de sus actividades de manera no presencial y rescatará contenidos que hará llegar a la población a través de su web y redes sociales, mientras duren las medidas adoptadas para la prevención del COVID-19”. Lo mismo hizo el Reina Sofía que, según contaba el periódico Europa Press en junio de 2020, había experimentado un crecimiento medio del 300% en sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter en materia de visitas e interacciones (Europa Press, 2020).

## **BUENAS PRÁCTICAS ANTE LA PANDEMIA: CÓMO COMUNICARSE CON LOS PÚBLICOS EN LA DISTANCIA**

El empleo de las redes de comunicación sociales en el ciberespacio por parte de los museos es esencial para informar a la sociedad sobre sus comportamientos éticos ante la pandemia, pero también para que su actividad no caiga en el olvido. Durante el estado de alarma y el periodo de confinamiento, un gran número de ciudadanos de todo el mundo ha tenido que limitar sus movimientos y los lugares que, como los museos, atraían a multitudes han tenido que cerrar sus puertas. Por ello, el Consejo Internacional de Museos (2020a) elaboró una guía de buenas prácticas, llamada *Cómo comunicarse a distancia con su público*, para ayudar a estos centros a enfrentarse a la situación, a comunicarse y a interactuar con sus públicos basándose en el modelo de un museo participativo.

Sus recomendaciones son las siguientes:

1. Digitalizar obras de arte y aumentar sus ofertas digitales, ya que es una gran oportunidad para la promoción del patrimonio, para reforzar la relación del centro con los visitantes.
2. Organizar visitas virtuales a través de Facebook y/o Instagram, debido a que se consideran herramientas muy efectivas para incrementar la interacción de sus seguidores en las redes sociales y para llegar a un público más amplio.
3. Realizar hilos en Twitter para promover las colecciones de una manera ingeniosa y atractiva, para aprovechar el poder comunicativo que tiene la narración de historias y para emplear las oportunidades de alcance y participación que posee esta red social.
4. Compartir podcasts, ya que su producción es rentable y su escucha se considera una forma amena de conocer todo tipo de información sobre el museo.

5. Involucrar a la audiencia mediante hashtags, utilizándolos para invitar al público a seguir una historia o para publicar contenido relacionado con el centro cultural.
6. Realizar concursos y cuestionarios. Los concursos constituyen una manera divertida de aprender sobre arte y alientan a la audiencia a interactuar con la institución. De la misma forma, los cuestionarios fomentan el aprendizaje y las interacciones entre el museo y la sociedad.

## METODOLOGÍA

Con el fin de conocer si el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y el Centro de Arte Dos de Mayo usaron sus redes sociales para responder a las necesidades de todos los tipos de públicos culturales, para potenciar un entorno de participación y para establecer una comunicación bidireccional con sus usuarios, se han analizado algunas de las publicaciones que ambas instituciones hicieron en sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter durante el periodo de tiempo en el que España estuvo regulada por el estado de alarma que transcurrió entre el 14 de marzo de 2020 y el 22 de junio del mismo año.

Cabe destacar que se han tomado como unidades de análisis dichas redes sociales porque eran las tres en las que más seguidores tenían ambos museos durante el espacio temporal en el que se ha fundamentado el estudio, siendo Twitter donde más *followers* albergaba el Reina Sofía, seguido de Facebook y de Instagram, y Facebook donde más seguidores tenía el Centro de Arte Dos de Mayo, seguido de Instagram y de Twitter.

De igual modo, se ha decidido centrar la investigación en el periodo de tiempo mencionado al considerarse un momento excepcional en la historia de España, un momento que encuentra sus últimos antecedentes hace más de 100 años, en la gripe de 1918 o “gripe española”. Además de ello, la singularidad de la situación se presta a estudiar si ambos museos han aprovechado las formas de comunicación digitales para actuar en concordancia a su contexto, para interactuar con sus públicos y para servir a su sociedad y a su desarrollo, alejándose así de la idea de un museo tradicional y adaptándose a la de un museo participativo.

Por otro lado, es preciso señalar que debido al elevado número de publicaciones que hicieron los dos centros de arte durante el estado de alarma mencionado, se ha decidido acotar la muestra de estudio mediante la técnica de la semana compuesta, ya que permite reducir la información total a analizar a la vez que asegura la validez estadística del proyecto (Domínguez, 2014: 10). Con esta metodología se obtienen datos fiables y característicos (Lizano, 2013: 84) a través de la elaboración de un calendario que abarca el periodo estudiado y que, en este trabajo, ha tomado como punto de partida el primer día en el que ambos museos hicieron su primera publicación en sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter una vez proclamado el estado de alarma.

Después de analizar dicho día de una primera semana de análisis, se ha avanzado a la segunda semana y se ha estudiado el día siguiente al anterior (en otras palabras, si en la primera semana se analizó el sábado 14 de marzo, en la segunda se

estudió el domingo 22 de marzo). Tras ello, se ha continuado con la tercera semana y se ha seleccionado el siguiente día (que, en función del orden anterior, sería el lunes 23 de marzo) y así sucesivamente hasta haber llegado a la última semana de análisis, es decir, a la fecha más próxima al lunes 22 de junio de 2020 en la que cada institución publicó contenido en sus perfiles sociales.

Hay que indicar que en los casos en los que tocaba analizar un día de la semana en el que alguna de las instituciones no realizó ninguna publicación se ha pasado de forma continua al día siguiente hasta encontrar una jornada en la que sí que hubiese material que estudiar. Asimismo, y debido a que los días en los que cada museo compartió su contenido son distintos y que, además, estas fechas varían en función de cada red social, se elaboró un calendario de análisis para cada museo y para cada perfil social.

## RESULTADOS

Tras analizar las publicaciones que el Centro Nacional de Arte Reina Sofía y el Centro de Arte Dos de Mayo compartieron en sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter durante el estado de alarma vigente entre el 13 de marzo de 2020 y el 22 de junio del mismo año, hemos determinado que ambos museos usaron sus tres perfiles sociales durante el periodo indicado para comunicarse, especialmente, con sus públicos activos, es decir, con aquellos adultos que recurren a sus servicios de forma ocasional o regular y que incluso pueden estar dispuestos a involucrarse en el desarrollo de sus proyectos museísticos.

Esta afirmación se puede comprobar al observar que la gran parte de sus publicaciones contenían elementos multimedia que se destinaban a (1) personas que ya tenían unas nociones básicas sobre arte contemporáneo o sobre el ámbito cultural y que podían comprender fácilmente el contenido artístico expuesto sin la necesidad de consultar material adicional, (2) individuos deseosos de ampliar este conocimiento y de profundizar en él, (3) personas interesadas en sus exposiciones o actividades y (4) personas dispuestas a participar de forma activa en sus iniciativas.

No obstante, hay que destacar que fue el centro de la capital española el que se dirigió de mayor forma a los públicos inactivos a través de unas publicaciones que apelaban a los valores dominantes de la sociedad al incidir en la relación de algunas de sus obras con la situación contextual dominada por el COVID-19. Mientras tanto, fue el museo de Móstoles el que destinó más publicaciones a sus públicos en proceso de desarrollo mediante unos contenidos educativos dirigidos a niños y niñas.

También es relevante señalar que la red social en la que cada museo apeló a una mayor variedad de público coincide ser con la red social en la que cada museo tenía más seguidores durante el periodo de análisis. De esta forma, el Museo Nacional de Arte Reina Sofía se dirigió a una mayor diversidad de públicos en su perfil de Twitter, mientras que el Centro de Arte Dos en su perfil de Facebook.

Por otro lado, se ha comprobado que los dos museos destinaron la mayoría de sus publicaciones a alcanzar unos fines comunicativos promocionales, ya que en la mayoría de los contenidos se encontraban frases que a conocer sus obras de su colección o sus actividades. Tanto el Centro Nacional de Arte Reina Sofía como

el Centro de Arte Dos de Mayo promulgaron más este tipo de contenidos en los perfiles en los que menos seguidores tenían, es decir, en Instagram y Twitter respectivamente. Por el contrario, se ha cuantificado que los contenidos con unos objetivos comunicativos acordes a la esencia de un museo participativo –posts que pretendían demostrar su implicación con las circunstancias derivadas de la propagación del COVID-19 y que potenciaban la involucración de los usuarios a partir del desarrollo de actividades lúdicas y participativas– son los que menos se publicaron en ambos museos.

No obstante, los dos apostaron por desarrollarlos de una forma más incipiente en sus perfiles de Instagram. Asimismo, no son mayoritarias las publicaciones que utilizan objetos sociales o técnicas de diálogo para potenciar la interacción de los usuarios, ni las que desarrollan estrategias propias de un museo participativo, como la del *digital storytelling* o la de las actividades *edutainment*. Sin embargo, y como excepción, sí que son mayoritarios los posts que emplean hashtags para sustentar procesos curatoriales y, por ende, para permitir que los usuarios contribuyan en la formación e interpretación del conocimiento.

En ese sentido, los dos centros museísticos adaptaron de una forma u otra sus contenidos a la situación contextual marcada por la pandemia del coronavirus. El Centro Nacional de Arte Reina Sofía aludió a la enfermedad, el estado de alarma o el confinamiento en casi la totalidad de las publicaciones de sus tres perfiles sociales, aunque de una forma más incipiente en su perfil de Facebook. Mientras tanto, el Centro de Arte Dos de Mayo también lo hizo, sobre todo en su Instagram, pero con un porcentaje inferior. El museo de la capital española fue el que más buenas prácticas cumplió durante el periodo de tiempo estudiado, de una forma levemente superior en su Twitter, mientras que el museo de Móstoles fue el que más principios de responsabilidad social corporativa desarrolló, sobre todo en su Facebook.

Se ha apreciado también que ninguno de los dos museos contestó de forma asidua a los comentarios dejados por los usuarios en sus contenidos, por lo que la comunicación bidireccional establecida a partir de esta opción fue muy escasa.

De tal suerte, los museos no se dirigieron por igual a todos los tipos de públicos culturales, ya que la mayoría de las publicaciones estaban destinadas a los públicos activos, es decir, a aquellos adultos que recurren a sus servicios de forma ocasional o regular y que incluso pueden estar dispuestos a involucrarse en el desarrollo de un proyecto museístico. De hecho, ambos centros se dirigieron a este grupo en sus tres redes sociales con amplias diferencias porcentuales respecto a los públicos inactivos y los públicos en proceso de desarrollo.

Por otro lado, ninguno de los dos museos persiguió de forma primordial el fin de llevar a cabo una comunicación que potenciase la participación de los usuarios y que ofreciese un ambiente de diálogo durante el periodo de tiempo estudiado. Ni el Centro Nacional de Arte Reina Sofía ni el Centro de Arte Dos de Mayo persiguieron como objetivos comunicativos esenciales aquellos que están en concordancia a la esencia de un museo participativo –publicaciones que pretendían demostrar su implicación con las circunstancias derivadas de la propagación del COVID-19 y que desarrollaban la involucración de los usuarios a partir de actividades lúdicas y participativas–. Asimismo, y a excepción del desarrollo de la estrategia que consiste

en sustentar procesos curatoriales a través de hashtags, ninguno de los dos centros aplicó en más de la mitad de sus publicaciones totales otras estrategias que fomentasen la participación y el diálogo de los usuarios, como el uso de objetos sociales, el desarrollo de modelos de participación, el desarrollo del *digital storytelling* o la puesta en marcha de actividades *edutainment*.

Ahora bien, en más de la mitad de las publicaciones se crearon publicaciones que aludían al coronavirus, al estado de alarma o al confinamiento. Asimismo, en cerca del 50% de sus posts cumplieron con alguno de los principios de responsabilidad social corporativa marcados por el Barómetro de Confianza en las Marcas (Edelman, 2020) y en casi la totalidad de sus publicaciones totales cumplieron con alguna de las buenas prácticas establecidas por el Centro Internacional de Museos (2020).

Por otro lado, los museos contestaron a un número muy reducido de los comentarios que los usuarios dejaron en sus contenidos: el museo de Madrid respondió a dos de los 1.366 que recibió y el centro de Móstoles a cuatro de los 71 que le escribieron los cibernautas.

## CONCLUSIONES

Podemos decir que, aunque el Centro Nacional de Arte Reina Sofía y el Centro de Arte Dos de Mayo tuvieron una amplia actividad en sus perfiles de Facebook, Instagram y Twitter durante el estado de alarma vigente en España entre el 13 de marzo de 2020 y el 22 de junio del mismo año, menos de la mitad de sus publicaciones respetaban por completo la esencia de un museo participativo.

Es cierto que ambos centros adaptaron de una forma u otra sus contenidos multimedia al contexto marcado por la pandemia del coronavirus, ya que aludieron a la delicada situación y cumplieron principios de responsabilidad social corporativa y de buenas prácticas. Sin embargo, son escasas las publicaciones dedicadas a generar un ambiente de diálogo, a fomentar la participación de todos sus públicos y a establecer una comunicación bidireccional con ellos. El cumplimiento de estos factores hubiese sido importante debido a que poner a los usuarios en el centro de toda la acción significa convertir al museo en un ente de gran significación para su vida social y cultural.

De hecho, el poder de los museos participativos reside ahí, en que utilizan las formas de comunicación digitales y las redes sociales para extender su experiencia más allá del espacio físico, para adaptarse a las cambiantes necesidades de los usuarios y para interactuar con ellos en actividades significativas. Así se desencadenarían beneficios tanto para la sociedad, como para la entidad cultural, lo que sería de gran relevancia para los tiempos de pandemia provocados por la extensión del COVID-19 y para el periodo de secuelas económicas y sociales que ha traído la enfermedad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Celaya, Javier (2012): "Hacia una cultura compartida. Más allá del marketing de museos en las redes sociales". En TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación, (90), pp. 106-107.



- Consejo Internacional de Museos (2020a). Como comunicarse a distancia con su público. <https://icom.museum/es/covid-19/recursos/como-comunicarse-a-distancia-con-su-publico/>.
- Consejo Internacional de Museos (2020b). Encuesta: museos, profesionales de los museos y COVID-19. <https://icom.museum/es/covid-19/encuestas-y-datos/survey-museums-and-museum-professionals/>.
- Domínguez, Silvia (2014): Periodismo científico. Caso de estudio de dos diarios del Estado de Jalisco, México. [Comunicación en congreso]. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación, Buenos Aires. [https://www.researchgate.net/profile/Silvia-Dominguez-Gutierrez/publication/271703600\\_PERIODISMO\\_CIENTIFICO\\_CASO\\_DE\\_ESTUDIO\\_DE\\_DOS\\_DIARIOS\\_DEL\\_ESTADO\\_DE\\_JALISCO\\_MEXICO/links/54cfaf950cf29ca811001f5a/PERIODISMO-CIENTIFICO-CASO-DE-ESTUDIO-DE-DOS-DIARIOS-DEL-ESTADO-DE-JALISCO-MEXICO.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Silvia-Dominguez-Gutierrez/publication/271703600_PERIODISMO_CIENTIFICO_CASO_DE_ESTUDIO_DE_DOS_DIARIOS_DEL_ESTADO_DE_JALISCO_MEXICO/links/54cfaf950cf29ca811001f5a/PERIODISMO-CIENTIFICO-CASO-DE-ESTUDIO-DE-DOS-DIARIOS-DEL-ESTADO-DE-JALISCO-MEXICO.pdf).
- Europa Press (2020). “Las visitas a la web del Reina Sofía aumentan un 400% durante el confinamiento”. En Europa Press, 18 de junio. <https://www.europapress.es/cultura/exposiciones-00131/noticia-visitas-web-reina-sofia-aumentaron-400-confinamiento-20200618170122.html>.
- García, Isabel María (2014): “El papel de los museos en la sociedad actual: discurso institucional o museo participativo”. En *Revistas Científicas Complutenses*, (2), pp. 39-47.
- Gómez, Soledad (2012): “Museos españoles y redes sociales”. En *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (90), pp.79-86. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero090/museos-espanoles-y-redes-sociales/?output=pdf>.
- IAB Spain (2020). Observatorio de marcas en redes sociales 2020. <https://iabspain.es/estudio/observatorio-de-marcas-en-redes-sociales-2020/>.
- Presidencia del Gobierno de España (2020): “Estado de situación del COVID-19”. En La Moncloa, 21 de junio. <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/sanidad14/Paginas/2020/210620datos-covid19.aspx>.
- Lizano, Alejandro (2013): “La estrategia de la Reina Roja: una propuesta metodológica para el análisis estadístico del periodismo informativo en Costa Rica”. En *Revista Espiga*, (26), pp. 81-93.
- Ministerio de Cultura (2018): Estadística de Museos y Colecciones Museográficas. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:9b86eda0-2c77-463a-ac7a-c5aecb21f987/estadistica-de-museos-y-colecciones-museograficas-principales-resultados-2018.pdf>.
- Observatorio de Museos de España. (2020). Los museos ante el coronavirus. <http://www.culturaydeporte.gob.es/observatorio-museos-espana/museos-coronavirus.html>.
- Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/03/14/463>.



Simon, Nina (2006): Museum 2.0. <http://museumtwo.blogspot.com/2006/>.

Simon, Nina (2010). The participatory Museum. <http://www.participatorymuseum.org/read/>.

Thompson, Sam y Aked, Jody (2011): The happy museum: A tale of how it could turn out all right. [http://happymuseumproject.org/wp-content/uploads/2011/03/The\\_Happy\\_Museum\\_report\\_web1.pdf](http://happymuseumproject.org/wp-content/uploads/2011/03/The_Happy_Museum_report_web1.pdf).

Tirado, Ana (2019): "Análisis de género sobre artistas representados en exposiciones temporales en algunos centros periféricos de arte contemporáneo en España: Centro José Guerrero, La Madraza, C2M y Tabacalera". En AACADIGITAL: Revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte, (47), pp. 1-8. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6985977>.



## *Biografía de los autores*

### **Retor A.W. Kaligis**

Is a fulltime lecturer at the Faculty of Communication Sciences, Universitas Pancasila. He graduated from S1 Faculty of Communication Sciences majoring in journalism, Universitas Padjadjaran (1994), S2 Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Indonesia (2003), and S3 Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Indonesia (2010). Apart from being a lecturer, he is also active as a researcher, writer, and speaker in various forums. He has experience writing scientific articles for accredited national journals, international journals, national seminars, international conferences, and book chapters. In addition, he has written opinions and book reviews in various national mass media such as Kompas Daily, Suara Pembaruan Daily, Sinar Harapan Daily, Media Indonesia Daily, and the "Basis" Cultural Magazine. His interests/fields of study are Sociology of Communication, Sociology of Social Change, and Social Change Communication. Correspondence can be done via email [retorawkaligis@univpancasila.ac.id](mailto:retorawkaligis@univpancasila.ac.id).

### **Brahim Abaragh**

Doctorat en Sciences de l'information et de la communication (SIC) Normandie Université le Havre, Thèse pour l'obtention du diplôme de doctorat: «La dynamique des interactions communicationnelles associée à la mise en place d'un dispositif en ligne du français par des apprenants marocains». Chercheur associé à l'UMR 6266 (l'unité mixte de recherche du CNRS-Normandie Université Le Havre). Membre au sein de CDHET, Réseau de la Communication, le Développement des Hommes, des Entreprises et des Territoires, IUT du Havre Normandie université France.

### **María Yanet Acosta Meneses**

Licenciada y Doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y posgrado en la Universidad de Columbia de Nueva York. Actualmente es Profesora ayudante doctor en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y directora del Master de Comunicación y Periodismo Gastronómico The Foodie Studies. Es investigadora del grupo Mapcom (financiado en la convocatoria de Proyecto de I+D 2018) y de la cátedra UNESCO de Investigación en Comunicación de la URJC.

### **Anna Agustina**

Anna Agustina is a founder and lecturer in the Faculty of Communication, Universitas Pancasila. Her communication and management skill, also an outreach and

advocacy skill support her success in establishing the faculty in 2007. The faculty accreditation status is A based on Indonesian Accreditation Body for Higher Education assessment. Her field of study is journalism, media studies, and environmental communication. BA in media and journalism, Master in journalism and strategic communication management, both from Universitas Indonesia, then PhD in journalism and environmental communication from Universiti Sains Malaysia. Her publications and studies are media studies, journalism, and environmental communication issues. Her interest in sustainable development also reflects in her publication related to poverty alleviation in Brebes district. In addition to her academic studies, her professional experiences as journalist, and public relation elevated her professionalism as communication expert, outreach, advocacy, and training specialist for several projects in Indonesia since 1996. The projects were Energy Training Program, IIE-ERAG (Electricity and Restructuring Activities Group), Sustainable Environmental Assessment on Indonesian Spatial Policy, and Indonesian Qualification Framework initiative among others. The projects sponsored by international donors such as USAID, IFACS, DANIDA, and AUSAID. At present time, she holds the position as Coordinator of Communication and Sustainable Development Chair – UNESCO UNITWIN ORBICOM Network for Indonesia, and also Dean of Faculty of Communication, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia. Her email is [annaaugustina@univpancasila.ac.id](mailto:annaaugustina@univpancasila.ac.id).

#### **Aimé Aminahuel**

Licenciada en Ciencia Política con orientación en análisis político por la Universidad Nacional de Río Cuarto. Becaria Doctoral de Investigación del CONICET y del Centro de Investigaciones y Transferencia de la Universidad Nacional de Villa María. Doctoranda en Administración y Política Pública en IIFAP-Universidad Nacional de Córdoba.

#### **Yissel Arce Padrón**

Profesora/Investigadora Titular “C” de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México D.F. Doctorado y Maestría en Estudios de Asia y África, con especialidad en Arte Africano Contemporáneo, por El Colegio de México. Licenciatura en Historia del Arte por la Universidad de La Habana.

#### **Annikki Arola**

Doctor of Philosophy in Medical Science with major in Occupational Therapy.

#### **Sandro Arrufat Martín**

Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (2021). Máster en Protocolo, Comunicación y Organización Integral de Eventos por la URJC (2018) y Máster en Dirección de Comunicación Corporativa por EAE Business School (2017). Graduado en Periodismo por UDIMA (2016).

#### **Andi Faisal Bakti**

Professor, Faculty of Dakwah and Communication, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta; Faculty of Communication, Universitas Pancasila; Chairholder, COSDEV (Communication and Sustainable Development), Jakarta, Indonesia.

**Peter Busse**

Investigador del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima y cabeza del Grupo de Investigación en Comunicación y Salud de la Facultad de Comunicación.

**Fabio B. Josgrilberg**

Doctor. Profesor a tiempo completo en el Departamento de Comunicación Social, Universidad Metodista de Sao Paulo/ Cátedra Unesco en Comunicación para el Desarrollo Regional.

**Meysis Carmenati González**

Meysis Carmenati González. Doctora en Filosofía por la Universidad de La Habana (Cuba). Profesora titular de las cátedras de epistemología y filosofía en la Universidad Central del Ecuador. Directora Editorial de la Revista Textos y Contextos. Sus líneas de investigación incluyen Teoría Crítica, Teoría Feminista, Marxismo y Comunicación Política.

**Riza Darma Putra**

Lecturer and Vice-Dean, Faculty of Communication, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia; Researcher, COSDEV, Jakarta, Indonesia.

**Ion Andoni Del Amo Castro**

Doctor en Comunicación Social (2014) y Máster en Modelos y Áreas de Investigación Social (2011) por la UPV/EHU. Ingeniero de Telecomunicaciones (1998) por la UPV/EHU y Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología (2009) por la UNED. Profesor e investigador de la UPV/EHU en la Facultad de Educación de Bilbao. Ha sido también investigador visitante en la Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Oporto, Merrimack College y Harvard University. Sus líneas de investigación abarcan la comunicación y educación social, la cultura, la juventud, las nuevas tecnologías y los movimientos sociales. Actualmente participa también en un proyecto de investigación sobre nuevas solidaridades y formas de ciudadanía emergentes entre los movimientos sociales.

**Antonio Díaz Lucena**

Es doctor en comunicación y profesor asociado en la universidad Rey Juan Carlos desde 2019. Estudió la maestría de Fine Arts: Visual Culture en la universidad Middlesex de Londres (2003). Cuenta en su carrera profesional con más de tres años de experiencia en el área técnica (realizador, operador de cámara, mesa de mezclas y sonido) de los telediaros en directo de Bloomberg T.V. Londres. Además, forma parte de la dirección de la Asociación Cultural Trama y Fondo contribuyendo a la difusión de la cultura y actividades científicas. Principales líneas de investigación: comunicación en redes sociales y análisis fílmico.

**Cécile Dolbeau-Bandin**

Chercheure au CERREV, Membre d l'IERHR (Paris) et membre de la chaire UNESCO (Strasbourg). Membre de la SESIC.

**Rija Fenosoa Andrianantoanina**

Enseignante-Chercheure, Responsable de la Mention Communication de l'IESSI, une formation en communication rattachée à l'Université d'Antananarivo mais délocalisée dans la région Itasy, Madagascar. Chercheure membre du CERCOM, elle a des expériences en termes de projet de Communication pour le Développement: Point focal du projet de renforcement de la recherche scientifique à Madagascar en partenariat avec UNESCO et PNUD Madagascar, Conception d'un projet d'innovation pédagogique dans le cadre du projet ARES-CCD sur l'adaptation de la formation aux besoins de la société.

**Suluh Gembyeng Ciptadi**

Lecturer, Faculty of Communication, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia; Researcher, COSDEV, Jakarta, Indonesia.

**Flávia Gomes-Franco e Silva**

Doctora en Ciencias de la Comunicación y Máster en Comunicación y Problemas Socioculturales por la Universidad Rey Juan Carlos (España). Licenciada en Periodismo por la Universidade Federal de Goiás (Brasil). Profesora Contratada Doctora Interina vinculada a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), área de Didáctica de la Lengua y la Literatura II, impartiendo docencia en diversos estudios de Grado y Postgrado. Ha colaborado en varios proyectos de innovación docente en el ámbito universitario. Ha sido miembro investigador de proyectos de I+D+I nacionales y, en la actualidad, es investigadora del Proyecto Europeo Supporting Success for All – Universal Design Principles in Digital Learning for Students with Disabilities. Sus principales líneas de investigación son: comunicación, educación, didáctica de la lengua y la literatura, innovación educativa en enseñanza de lengua y literatura, alfabetización visual, comunicación estratégica, análisis de redes sociales, narrativa transmedia, storytelling periodístico, entre otras.

**Isabel María Gómez Trigueros**

Doctora en Ciencias de la Educación por Universidad de Alicante. Es profesora en el Departamento de Didáctica General y Didácticas Específicas de la Facultad de Educación de la Universidad de Alicante. Premio Extraordinario de Doctorado en 2018. Vicedecana del Máster de Investigación y Máster del Profesorado de la Facultad de Educación. Es Coordinadora del Grupo de Investigación REDES de la Universidad de Alicante sobre Interdisciplinariedad, TIC-TAC y TPACK para la formación del siglo XX. Asimismo, dirige y coordina diversos MOOCs relacionados con las TIG para la enseñanza y el aprendizaje de la Geografía con Google EarthTM del Vicerrectorado de Investigación e Innovación de la Universidad de Alicante, concretamente los MOOCs 0 y 1: Didáctica de las Ciencias Sociales a través de Google EarthTM y el MOOC 0: Nuevas posibilidades de enseñar y aprender Historia en el aula de Primaria a partir del programa Google EarthTM y de diversos cursos NOOC relacionados con la enseñanza y el aprendizaje de las herramientas TAC para la didáctica de la Geografía.

**Umar Halim**

Lecturer and Vice-Dean, Faculty of Communication, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia; Researcher, COSDEV, Jakarta, Indonesia.

**Benedictus Helpri Estaswara**

A full-time lecturer at the faculty of Communication Science, Universitas Pancasila. He graduated from S1 and S2 Faculty of Communication Science, Universitas Indonesia. Apart from being a lecturer, he also active as research and writing scientific articles for accredited national and international journals, book chapters, and writing a book. Correspondence can be done via email [helpriestaswara@univpancasila.co.id](mailto:helpriestaswara@univpancasila.co.id).

Umar HALIM is also a lecturer at the faculty of Communication Science, Universitas Pancasila. He finished a master's degree from School of Media and Communication, National University of Malaysia, Malaysia. His research interests include youth and media, digital inclusion, as well as media and Islamic Issues.

**Sara Jáñez Dolz**

Máster en Marketing Digital por la escuela Aula CM, en Madrid, licenciada en Periodismo Cultural y Nuevas Tendencias por la Universidad Rey Juan Carlos, en Madrid, y graduada en Periodismo por la Universidad de Zaragoza, en Zaragoza. Actualmente es Social Media Manager y responsable de marketing.

**Nedas Jurgaitis**

Doctor of Philology, Associate Professor at the Department of Management and Communication, Head of Research Office, Deputy Chairman of the Academic Council of Siauliai State College. Main research topics include Cognitive Semantics, Comparative Linguistics, Ethnolinguistics, Conceptual Metaphors in Public Discourse. Co-author of the first Lithuanian Dictionary of Conceptual Metaphors. Editor-in-chief of the journal "Professional Studies: Theory and Practice". Long-term experience in internationalization of study programmes and project management.

**Ana Raquel Lopes**

Licenciatura em Comunicação Social pelo Politécnico de Viseu, Portugal (2009). Estudante de Mestrado em Comunicação Aplicada, variante de Comunicação Estratégica – Politécnico de Viseu. Áreas de interesse: Relações Públicas, Comunicação Organizacional, Gestão da Reputação.

**Carlos Lozano Ascencio**

Profesor Titular de Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional Autónoma de México y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente es director del Máster en Periodismo Cultural y Nuevas Tendencias de la URJC. Tanto en su trayectoria docente como investigadora trabaja en universidades mexicanas y españolas y sus principales líneas de investigación tienen que ver con la comunicación de riesgos y catástrofes, la percepción social de la incertidumbre, las teorías de la Comunicación y la Historia del Periodismo.

**Juan Ignacio Martínez de Morentin de Goñi**

Profesor Pleno (categoría asimilada/equivalente a la de profesor catedrático en el sistema de contratación Universitario Vasco) de Psicología Evolutiva y de la Educación en el departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad



del País Vasco (UPV/EHU). Es responsable de la Cátedra Unesco de Comunicación y Valores Educativos en dicha Universidad que tiene como objetivo abrir espacios de reflexión e intercambio de conocimientos en torno a los medios de comunicación y los valores, así como el fortalecimiento de vínculos con otras universidades.

### **Ana Mafalda Matias**

Professora Adjunta de nomeação definitiva do Departamento de Comunicação e Arte da Escola Superior de Educação do Politécnico de Viseu. Investigadora do Centro de Estudos em Educação e Inovação do Politécnico de Viseu. Coordenadora de Estágios do Curso de Publicidade e Relações Públicas do Politécnico de Viseu. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Aberta – Lisboa, Portugal (2013). Áreas de interesse: Relações Públicas, Marketing, Tendências e Inovação.

### **Concepción Medrano Samaniego**

Catedrática de Psicología Evolutiva y de la Educación en el Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad del País Vasco, UPV/ EHU, en la actualidad colaboradora honorífica para la investigación. Miembro Permanente de la Cátedra UNESCO de Comunicación y Valores Educativos (<https://www.ehu.eus/es/web/catedra-comunicacion-valores>) en dicha Universidad que tiene como objetivo abrir espacios de reflexión e intercambio de conocimientos en torno a los medios de comunicación y los valores, así como el fortalecimiento de vínculos con otras universidades comunicación y los valores, así como el fortalecimiento de vínculos con otras universidades.

### **María Mendoza-Michilot**

Es magister y doctoranda en Sociología por Pontificia Universidad Católica del Perú. Desde el 2001 es profesora investigadora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. Imparte la asignatura de Trabajo de Investigación. Asimismo, forma parte del Grupo de Investigación Cultura y Comunicación Política.

### **Bernard Miège**

Professeur émérite de sciences de l'Information et de la Communication (depuis 2005) à l'Université Grenoble Alpes, antérieurement Université Stendhal.

Membre du laboratoire de recherches GRESEC. Auteur de 21 ouvrages et autres travaux (voir les archives ouvertes HAL: <https://hal.univ-grenoble-alpes.fr/search/index/?q=Miege+Bernard&submit=>).

Titulaire (fondateur) de la Chaire UNESCO en communication internationale à Grenoble et en Rhône-Alpes de 1997 à 2005. Membre du Réseau ORBICOM.

### **Victoria Mora de la Torre**

Es doctora en Comunicación Audiovisual y Máster en formación del profesorado. Es profesora asociada en el departamento de Comunicación de la URJC desde el 2018. Ha trabajado como Realizadora, editora, operador de cámara y ayudante de posproducción en diversos tipos de formatos con más de 8 años de experiencia a nivel local, autonómico como nacional. Participa en el proyecto europeo "THEY: LIVE" en el área de comunicación. Sus principales líneas de investigación están relacionadas con la ficción televisiva, la innovación metodológica, TIC y la comunicación en redes sociales.

**Beatriz Muñoz Hidalgo**

Graduada en Periodismo por la Universidad de Málaga (España), máster en Periodismo de Televisión de Entretenimiento por la Universidad Ramón Llull (España) y, actualmente, se encuentra cursando el máster en Marketing Digital en la escuela de negocios ThePowerMBA (España). También se dedica a la investigación sobre historia de la comunicación, comunicación corporativa, fake news y redes sociales. Cuenta con artículos publicados en revistas científicas.

**Dasniel Olivera Pérez**

Doctor en Ciencias Sociales y Políticas por la Universidad Iberoamericana, México; Máster en Ciencias de la Comunicación y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad de La Habana, Cuba. Actualmente es investigador posdoctoral en el Centro de Estudios Sociológicos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México y miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I. Trabaja las líneas de investigación sistemas de medios y culturas periodísticas comparadas, políticas de comunicación, participación ciudadana y empoderamiento digital, métodos e investigación en comunicación.

**Jérémy Picot**

Doctorat de l'Université de Caen – mention Très Honorable avec les félicitations du jury – Thèse intitulée Variations autour du critère de Paret.

**Karen Andrea Ponce Lucas**

Karen Andrea Ponce Lucas. Egresada de Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador. Locutora en Radio Horizontes. Creadora de contenidos para redes sociales y redactora de Radio Pichincha. Actualmente presentadora del medio digital “Ciudad al Día”.

**Lucie Rabaovololona Raharinirina**

Professeure Titulaire, est Enseignante-Chercheur à la Faculté des Lettres, Université d'Antananarivo, Madagascar. Dans une logique de formation de relève, elle a dirigé quatre thèses en Langage, Communication et Dynamique Locale. En tant que Chercheur en SIC, elle est membre du Réseau des chaires UNESCO en Communication (ORBICOM). Responsable du Centre de Recherche en Communication – CERCOM. Elle anime un groupe d'études et de recherches sur et pour Madagascar et gère des projets de Communication pour le Développement, à titre d'exemple, le PIDC Madagascar.

**Alicia Ramírez García**

Máster en Protocolo, Comunicación y Organización Integral de Eventos por la Universidad Rey Juan Carlos. Graduada en Turismo por la Universidad Complutense de Madrid con especialidad en empresas y planificación de destinos turísticos. Técnico Dietista en colectividades. Investigadora novel.

**Malvina Rodríguez**

Licenciada en Comunicación Social y Magister en Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional de Córdoba. Doctora en Ciencias Sociales y Económicas por la Universidad Erlangen Nuremberg de Alemania. Docente e Investigadora,

Directora Alterna del Doctorado en Ciencias Sociales del Instituto A.P. de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María (UNVM). Secretaria de Comunicación Institucional de la UNVM. Coordinadora Ejecutiva de la Red de Áreas de Prensa y Comunicación Institucional del Consejo Interuniversitario Nacional (RedIAP-CIN). Miembro ORBICOM.

### **Anidelys Rodríguez-Brito**

Doctora en Ciencias Sociales y Políticas por la Universidad Iberoamericana y Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Profesora investigadora del Seminario de Población, Cultura y Sociedad de El Colegio Mexiquense A.C. Entre las áreas de investigación que trabaja están: Cohesión social, Bienestar social, Problemas sociales, Políticas sociales y Metodologías de la investigación social. Ha participado en varios proyectos nacionales e internacionales como “La medición del bienestar social en México: una propuesta de análisis en sus regiones”, y ha colaborado con la Unidad de Desarrollo Social de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sede subregional Ciudad México. Además, se ha desempeñado en la evaluación de políticas públicas y programas académicos e investigativos. Como profesora, ha impartido docencia a nivel de grado y posgrado en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México (desde enero de 2020), en la Universidad Autónoma Metropolitana (2018-2019), y en la Universidad de La Habana (2005-2014).

### **Estela Roeder**

Asesora de comunicación del Despacho Ministerial de Salud y directora nacional de comunicación del mismo ministerio.

### **Muhamad Rosit**

Is a full-time lecturer at the Faculty of Communication Sciences, Universitas Pancasila. He graduated from S1 Faculty of Da'wa and Communication, Universitas Islam Negeri Jakarta (2007) and S2 Management of Communication, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Indonesia (2010). Apart from being lecturer, he is also a researcher at The Political Literacy Institute. He is the editor of Political Public Relations (2011), Political literacy and Democratic Consolidation (2012), Political literacy and election campaign (2016), and Political Literacy and Election Institutionalization. His interests and fields of study are Political Communication and Communication for Social Change. Correspondence can be done via email muhamadrosit@univpancasila.ac.id.

### **Rainer Rubira García**

Investigador coordinador de la Cátedra UNESCO de Investigación en Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos y profesor titular de su departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Doctor por la Universidad Rey Juan Carlos, en Madrid, España, con calificación máxima, Mención Internacional y Premio Extraordinario de Doctorado. Máster en Comunicación y Problemas Socioculturales por la misma institución. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad de La Habana, Cuba. Ha sido profesor en Fairfield University, Connecticut, Estados Unidos; Šiauliai State College, Šiauliai, Lituania; en la Universidad Complutense de Madrid; en la Universidad Central del Ecuador y en la Universidad de La Habana. Sus intereses de investigación incluyen: teorías y metodologías de investigación en

comunicación, el estudio de Internet, género y comunicación, comunicación y cultura, comunicación y educación, comunicación política y comunicación internacional.

**Matteo Stocchetti**

Principal lecturer, Docent, Arcada University of Applied Sciences, from November 2002 to date.

**Lina Tamutienė**

Graduated from Šiauliai University with a Master's degree in Philology (2002) and a Master's degree in Education Studies (2007). In 2019 Lina Tamutienė defended her doctoral dissertation at the Faculty of Communication of Vilnius University. Her research is in the field of information and communication, doctoral thesis related to the construction of quality concept in higher education institution.

Since 2008 Lina works at Šiauliai State College as deputy director for strategic development and as lecturer.

**Edie Toet Hendratno**

Professor and Rector, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia; Researcher, COS-DEV, Jakarta, Indonesia.

**Jacqueline Venet Gutiérrez**

Profesora, ensayista, periodista y crítica de cine. Doctora en Historia del Arte, Cum Laude, por la Universidad de Zaragoza. Máster en Estudios sobre Cine Español por la Universidad Rey Juan Carlos y Licenciada en Historia del Arte, Summa Cum Laude, por la Universidad de La Habana, Cuba.

**Philippe Viallon**

Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Strasbourg. Docteur de l'Université de Metz. Titulaire de la Chaire UNESCO "Pratiques journalistiques et médiums. Entre mondialisation et diversité culturelle".

















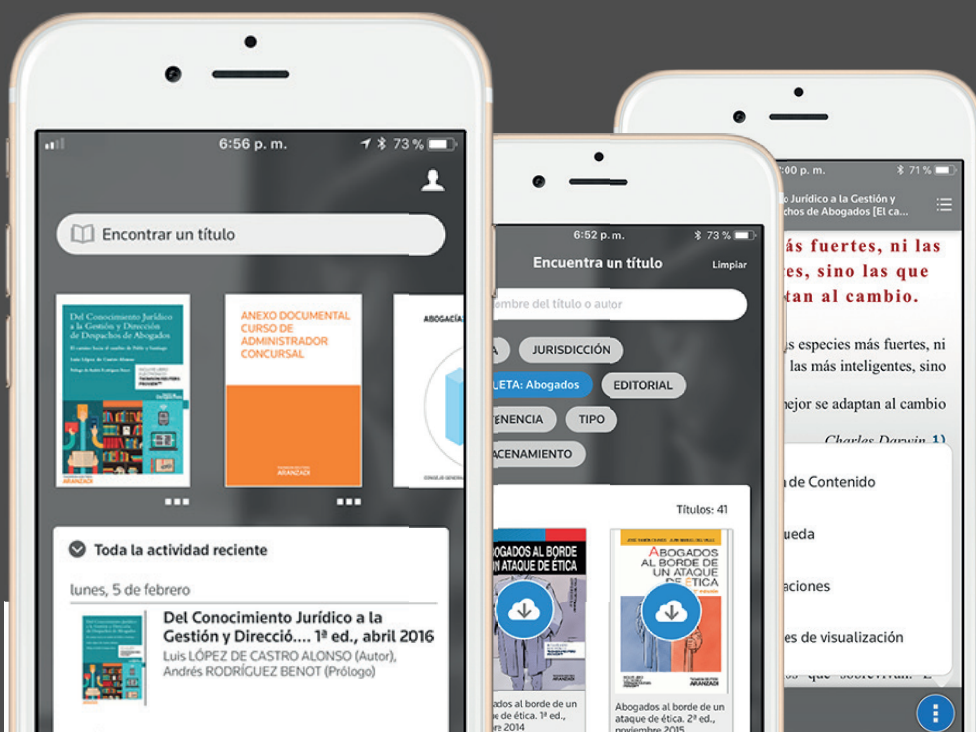
# Thomson Reuters Proview

## Guía de uso

¡ENHORABUENA!

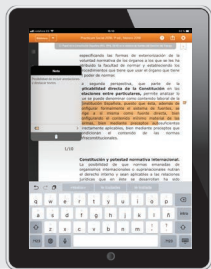
ACABAS DE ADQUIRIR UNA OBRA QUE **INCLUYE LA VERSIÓN ELECTRÓNICA.**

APROVÉCHATE DE TODAS LAS FUNCIONALIDADES.



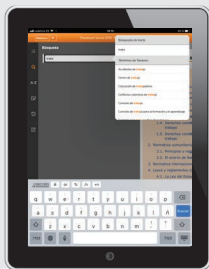
ACCESO INTERACTIVO A LOS MEJORES LIBROS JURÍDICOS  
DESDE IPHONE, IPAD, ANDROID Y  
DESDE EL NAVEGADOR DE INTERNET

# FUNCIONALIDADES DE UN LIBRO ELECTRÓNICO EN **PROVIEW**



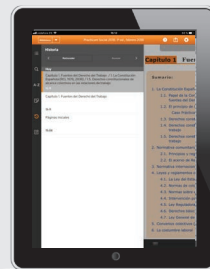
## **SELECCIONA Y DESTACA TEXTOS**

Haces anotaciones y escoges los colores para organizar tus notas y subrayados.



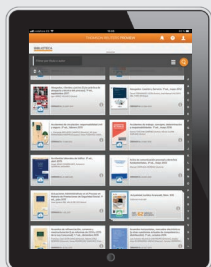
## **USA EL TESAURO PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN**

Al comenzar a escribir un término, aparecerán las distintas coincidencias del índice del Tesauro relacionadas con el término buscado.



## **HISTÓRICO DE NAVEGACIÓN**

Vuelve a las páginas por las que ya has navegado.



## **ORDENAR**

Ordena tu biblioteca por: Título (orden alfabético), tipo (libros y revistas), editorial, jurisdicción o área del Derecho.



## **CONFIGURACIÓN Y PREFERENCIAS**

Escoge la apariencia de tus libros y revistas en ProView cambiando la fuente del texto, el tamaño de los caracteres, el espaciado entre líneas o la relación de colores.



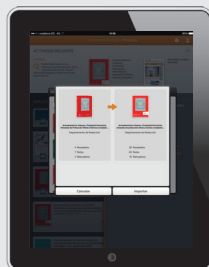
## **MARCADORES DE PÁGINA**

Crea un marcador de página en el libro tocando en el icono de Marcador de página situado en el extremo superior derecho de la página.



## **BÚSQUEDA EN LA BIBLIOTECA**

Busca en todos tus libros y obtén resultados con los libros y revistas donde los términos fueron encontrados y las veces que aparecen en cada obra.



## **IMPORTACIÓN DE ANOTACIONES A UNA NUEVA EDICIÓN**

Transfiere todas sus anotaciones y marcadores de manera automática a través de esta funcionalidad.



## **SUMARIO NAVEGABLE**

Sumario con accesos directos al contenido.



**THOMSON REUTERS®**

**INFORMACIÓN IMPORTANTE:** Si has recibido previamente un correo electrónico con el asunto **“Proview – Confirmación de Acceso”**, para acceder a Thomson Reuters Proview™ deberás seguir los pasos que en él se detallan.

Estimado/a cliente/a,

Para acceder a la versión electrónica de este libro, por favor, accede a <http://onepass.aranzadi.es>

Tras acceder a la página citada, introduce tu dirección de correo electrónico (\*) y el código que encontrarás en el interior de la cubierta del libro. A continuación pulsa enviar.

Si te has registrado anteriormente en **“One Pass”** (\*\*), en la siguiente pantalla se te pedirá que introduzcas el NIF asociado al correo electrónico. Finalmente, te aparecerá un mensaje de confirmación y recibirás un correo electrónico confirmando la disponibilidad de la obra en tu biblioteca.

Si es la primera vez que te registras en **“One Pass”** (\*\*), deberás cumplimentar los datos que aparecen en la siguiente imagen para completar el registro y poder acceder a tu libro electrónico.

- Los campos **“Nombre de usuario”** y **“Contraseña”** son los datos que utilizarás para acceder a las obras que tienes disponibles en **Thomson Reuters Proview™** una vez descargada la aplicación, explicado al final de esta hoja.

Cómo acceder a **Thomson Reuters Proview™**:

- **iPhone e iPad:** Accede a AppStore y busca la aplicación **“ProView”** y descárgatela en tu dispositivo.
- **Android:** accede a Google Play y busca la aplicación **“ProView”** y descárgatela en tu dispositivo.
- **Navegador:** accede a [www.proview.thomsonreuters.com](http://www.proview.thomsonreuters.com)

### Servicio de Atención al Cliente

Ante cualquier incidencia en el proceso de registro de la obra no dudes en ponerte en contacto con nuestro Servicio de Atención al Cliente. Para ello accede a nuestro Portal Corporativo en la siguiente dirección [www.thomsonreuters.es](http://www.thomsonreuters.es) y una vez allí en el apartado del **Centro de Atención al Cliente** selecciona la opción de **Acceso** a Soporte para no Suscriptores (compra de Publicaciones).

(\*) Si ya te has registrado en **Proview™** o cualquier otro producto de Thomson Reuters (a través de One Pass), deberás introducir el mismo correo electrónico que utilizaste la primera vez.

(\*\*) **One Pass:** Sistema de clave común para acceder a Thomson Reuters Proview™ o cualquier otro producto de Thomson Reuters.



